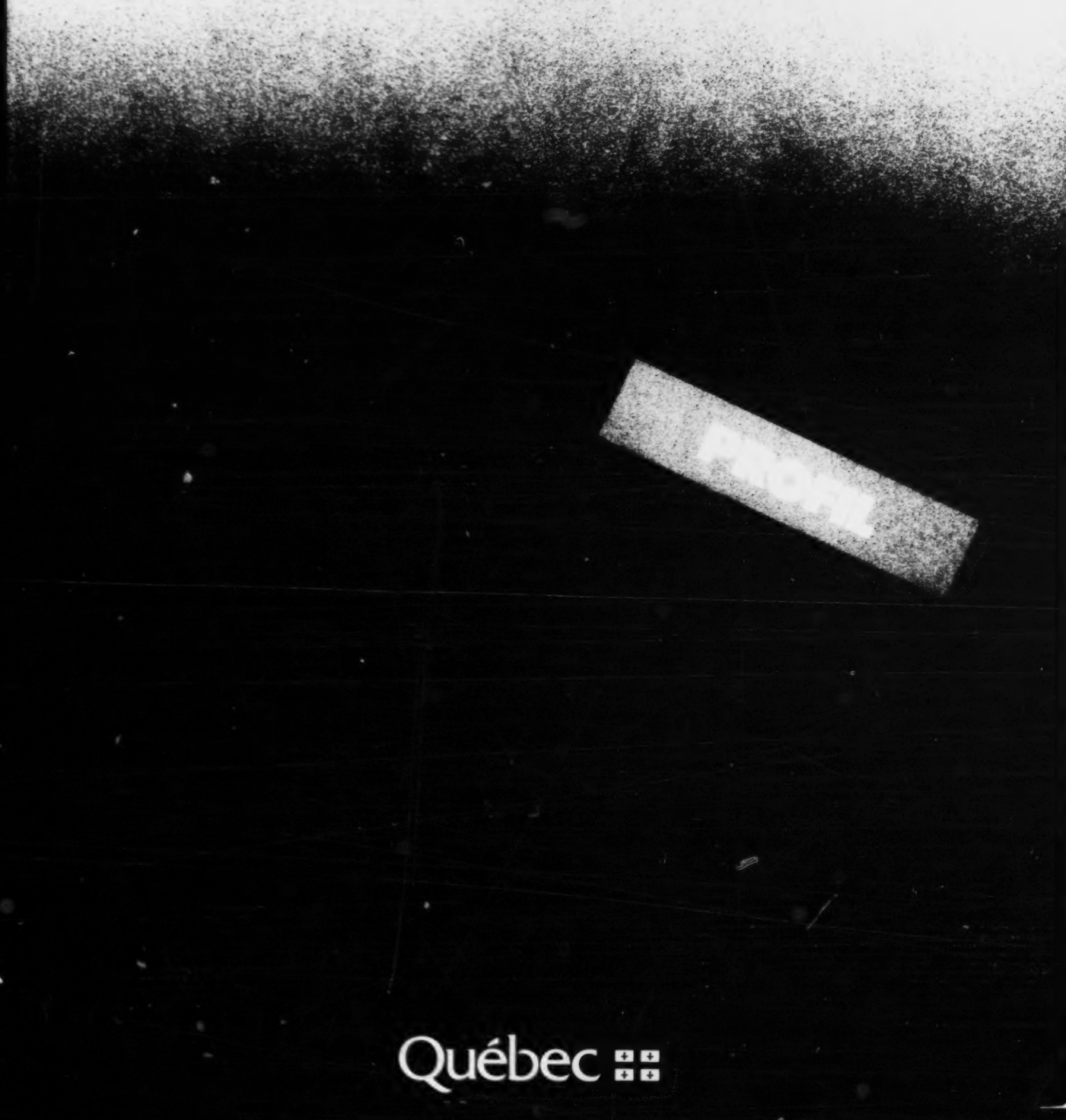
L'INDUSTRIE QUÉBÉCOISE DE L'AMEUBLEMENT DE MAISON



Québec

86-04602/

L'INDUSTRIE QUÉBÉCOISE DE L'AMEUBLEMENT DE MAISON

Québec

Gouvernement du Québec
Ministère de l'Industrie
et du Commerce

Publié par la Direction des communications

Préparé par Marcel Bureau en collaboration avec
Sylvie Crépin
Louise Barnard
Service des produits de consommation
Direction des biens d'équipement et
de consommation

Dépôt légal, 4ième trimestre 1985
Bibliothèque nationale du Québec
ISBN 2-550-12510-X
© Gouvernement du Québec, 1985

TABLE DES MATIERES

page

BIBLIOGRAPHIE..... 12

SOMMAIRE..... 17

INTRODUCTION..... 23

HISTORIQUE..... 25

DEFINITION DES PRODUITS..... 33

CHAPITRE I - STRUCTURE DE L'INDUSTRIE DE L'AMEUBLEMENT DE MAISON

1. Industrie mondiale..... 37
2. Industrie canadienne..... 41
3. Industrie québécoise..... 44

CHAPITRE II - CARACTERISTIQUES DU MARCHE DE L'AMEUBLEMENT DE MAISON

1. Approvisionnement en matières premières... 51
2. Structure de la demande..... 65
3. Importations..... 94
4. Exportations..... 103

page

5. Consommation canadienne apparente..... 120

6. Commercialisation..... 121

CHAPITRE III - PRODUCTION

1. Planification de la production..... 131

2. Opérations de fabrication..... 133

3. Installations et équipements..... 143

4. Produits..... 151

CHAPITRE IV - MAIN-D'OEUVRE..... 165

CHAPITRE V - PROTECTION DE L'ENVIRONNEMENT..... 175

CONCLUSION..... 177

LISTE DES TABLEAUX DANS LE TEXTE

page

TABLEAU 1 - INDUSTRIE DE L'AMEUBLEMENT DE MAISON - DESTINATION DES EXPEDITIONS QUEBECOISES - 1983..... 49

TABLEAU 2 - INDUSTRIE DE L'AMEUBLEMENT DE MAISON - COUT DES MATIERES ET FOURNITURES PAR RAPPORT A LA VALEUR DES LIVRAISONS CANADIENNES DE PROPRE FABRICATION - QUEBEC-ONTARIO-CANADA - 1970 A 1980..... 53

TABLEAU 3 - INDUSTRIE DE L'AMEUBLEMENT DE MAISON - VALEUR DES ACHATS DE BOIS PAR CATEGORIES - CANADA - 1970 A 1980..... 55

TABLEAU 4 - INDUSTRIE DE L'AMEUBLEMENT DE MAISON AUX ETATS-UNIS - EVOLUTION DE L'UTILISATION DES PANNEAUX DE DIFFERENTES CATEGORIES - 1963 A 1990..... 57

TABLEAU 5 - INDUSTRIE DU BOIS DE SCIAGE - EVOLUTION DES EXPORTATIONS CANADIENNES DE BOIS DURS EN MILLE PIEDS MESURE PLANCHE - 1979 A 1981..... 61

TABLEAU 6 - INDUSTRIE DE L'AMEUBLEMENT DE MAISON - IMPORTATIONS CANADIENNES PAR PRINCIPAUX PAYS D'ORIGINE SELON LES CATEGORIES MAJEURES - 1970 A 1980..... 96

TABLEAU 7 - INDUSTRIE QUEBECOISE DE L'AMEUBLEMENT DE MAISON - DESTINATION DES EXPORTATIONS SELON LES PRINCIPALES REGIONS DES ETATS-UNIS - 1983..... 109

TABLEAU 8 - INDUSTRIE DE L'AMEUBLEMENT DE MAISON AU QUEBEC - PRINCIPAUX RESEAUX DE DISTRIBUTION..... 122

TABLEAU 9 - INDUSTRIE DE L'AMEUBLEMENT DE MAISON AU QUEBEC - PART DE MARCHE DES MAGASINS A SUCCURSALES ET DES MAGASINS INDEPENDANTS - QUEBEC-ONTARIO-CANADA - 1977 A 1981..... 129

page

TABLEAU 10 - INDUSTRIE QUEBECOISE DE L'AMEUBLEMENT DE MAISON EN BOIS - PERIODE DE PLANIFICATION DE LA PRODUCTION - 1979..... 131

TABLEAU 11 - MEUBLES DE MAISON EN BOIS - CHAINE DE FABRICATION.... 134

TABLEAU 12 - ETAPES DE FABRICATION DU MEUBLE DE MAISON REMBOURRE A CARCASSE DE BOIS..... 139

TABLEAU 13 - INDUSTRIE DU MEUBLE ET DES ARTICLES D'AMEUBLEMENT - EVOLUTION DE LA VALEUR DES IMMOBILISATIONS - QUEBEC-ONTARIO-CANADA - 1975 A 1982..... 149

TABLEAU 14 - INDUSTRIE DE L'AMEUBLEMENT DE MAISON EN BOIS - EVALUATION DE L'AMENAGEMENT DE L'USINE..... 150

TABLEAU 15 - INDUSTRIE QUEBECOISE DE L'AMEUBLEMENT DE MAISON EN BOIS - NIVEAUX DE SCOLARITE SELON LES FONCTIONS..... 167

TABLEAU 16 - INDUSTRIE QUEBECOISE DE L'AMEUBLEMENT DE MAISON - SYNDICALISATION SELON LES CENTRALES SYNDICALES..... 169

LISTE DES TABLEAUX HORS TEXTE

page

TABLEAU I - INDUSTRIE DE L'AMEUBLEMENT DE MAISON - STATISTIQUES PRINCIPALES - QUEBEC-ONTARIO-CANADA - 1970 A 1983..... 179

TABLEAU II - INDUSTRIE DE L'AMEUBLEMENT DE MAISON - EVOLUTION DU NOMBRE D'ENTREPRISES SELON LES PROVINCES CANADIENNES - 1934 A 1983..... 182

TABLEAU III - INDUSTRIE DE L'AMEUBLEMENT DE MAISON - EVOLUTION DES LIVRAISONS CANADIENNES DE PROPRE FABRICATION - 1934 A 1983..... 183

TABLEAU IV - INDUSTRIE DE L'AMEUBLEMENT DE MAISON - EVOLUTION DE LA REPARTITION DE LA PRODUCTION CANADIENNE ENTRE LES CATEGORIES MAJEURES - 1970 A 1983..... 184

TABLEAU V - INDUSTRIE DE L'AMEUBLEMENT DE MAISON - EVOLUTION DU NOMBRE D'ENTREPRISES SELON LES PROVINCES CANADIENNES - 1970 à 1983..... 186

TABLEAU VI - INDUSTRIE QUEBECOISE DE L'AMEUBLEMENT DE MAISON - REPARTITION GEOGRAPHIQUE DES ENTREPRISES PAR GROUPE DE TAILLE/MAIN D'OEUVRE - 1981..... 187

TABLEAU VII - INDUSTRIE DE L'AMEUBLEMENT DE MAISON - EVOLUTION DU NOMBRE D'EMPLOIS SELON LES PROVINCES CANADIENNES - 1970 A 1983..... 188

TABLEAU VIII - INDUSTRIE DE L'AMEUBLEMENT DE MAISON - EVOLUTION DE LA VALEUR DES LIVRAISONS CANADIENNES DE PROPRE FABRICATION DE MEUBLES EN BOIS SELON LES PROVINCES - 1970 A 1983..... 189

TABLEAU IX - INDUSTRIE DE L'AMEUBLEMENT DE MAISON - EVOLUTION DE LA VALEUR DES LIVRAISONS CANADIENNES DE PROPRE FABRICATION DE MEUBLES REMBOURRES SELON LES PROVINCES - 1970 A 1983..... 190

page

TABLEAU X - INDUSTRIE DE L'AMEUBLEMENT DE MAISON - EVOLUTION DE LA VALEUR DES LIVRAISONS CANADIENNES DE PROPRE FABRICATION DE MEUBLES EN METAL SELON LES PROVINCES - 1970 A 1983..... 191

TABLEAU XI - INDUSTRIE DE L'AMEUBLEMENT DE MAISON - EVOLUTION DE LA VALEUR DES LIVRAISONS CANADIENNES DE PROPRE FABRICATION SELON LES PROVINCES - 1970 A 1983..... 192

TABLEAU XII - INDUSTRIE DU MEUBLE ET DES ARTICLES D'AMEUBLEMENT - NOMBRE DE FAILLITES - QUEBEC-ONTARIO-CANADA - 1979 A 1982..... 193

TABLEAU XIII - INDUSTRIE DE L'AMEUBLEMENT DE MAISON - PREMIERES DESTINATIONS DES EXPEDITIONS DES MANUFACTURIERS EXPORTATEURS DU QUEBEC - 1974 A 1980..... 194

TABLEAU XIV - EVOLUTION DES IMPORTATIONS CANADIENNES DE BOIS DURS EN MILLE PIEDS MESURE PLANCHE - 1975 A 1982..... 195

TABLEAU XV - SALON DU MEUBLE DE MONTREAL - SONDAGE AUPRES DES CONSOMMATEURS - ECHANTILLON - JUIN 1982..... 196

TABLEAU XVI - SALON DU MEUBLE DE MONTREAL - CRITERES D'ACHAT DES CONSOMMATEURS - JUIN 1982..... 197

TABLEAU XVII - SALON DU MEUBLE DE TORONTO - SONDAGE AUPRES DES CONSOMMATEURS - ECHANTILLON - JANVIER 1982..... 198

TABLEAU XVIII - SALON DU MEUBLE DE CALGARY - SONDAGE AUPRES DES CONSOMMATEURS - ECHANTILLON - MAI 1982..... 199

TABLEAU XIX - RESULTATS COMPARATIFS DES PREFERENCES DES CONSOMMATEURS POUR DIVERS STYLES DE MEUBLES A MONTREAL, TORONTO ET CALGARY - 1980 A 1983.... 200

page

TABLEAU XX - INDUSTRIE DE L'AMEUBLEMENT DE MAISON - EVOLUTION DES IMPORTATIONS CANADIENNES PAR CATEGORIES MAJEURES - 1970 A 1980..... 204

TABLEAU XXI - INDUSTRIE DE L'AMEUBLEMENT DE MAISON - EVOLUTION DES IMPORTATIONS CANADIENNES PAR CATEGORIES MAJEURES - 1981 A 1983..... 205

TABLEAU XXII - INDUSTRIE DE L'AMEUBLEMENT DE MAISON - EVOLUTION DES IMPORTATIONS CANADIENNES EN PROVENANCE DES ETATS-UNIS PAR CATEGORIES MAJEURES - 1970 A 1980..... 206

TABLEAU XXIII - INDUSTRIE DE L'AMEUBLEMENT DE MAISON - IMPORTATIONS CANADIENNES PAR PRINCIPAUX PAYS D'ORIGINE SELON LES CATEGORIES MAJEURES - 1983..... 207

TABLEAU XXIV - INDUSTRIE DE L'AMEUBLEMENT DE MAISON - EVOLUTION DES IMPORTATIONS CANADIENNES PAR PROVINCE DE DEDOUANEMENT ET PRINCIPAL PAYS D'ORIGINE - 1976 A 1980..... 208

TABLEAU XXV - INDUSTRIE DE L'AMEUBLEMENT DE MAISON - EVOLUTION DES IMPORTATIONS CANADIENNES PAR PROVINCE DE DEDOUANEMENT ET PRINCIPAL PAYS D'ORIGINE PAR CATEGORIES MAJEURES - 1976..... 209

TABLEAU XXVI - INDUSTRIE DE L'AMEUBLEMENT DE MAISON - EVOLUTION DES IMPORTATIONS CANADIENNES PAR PROVINCE DE DEDOUANEMENT ET PRINCIPAL PAYS D'ORIGINE PAR CATEGORIES MAJEURES - 1977..... 210

TABLEAU XXVII - INDUSTRIE DE L'AMEUBLEMENT DE MAISON - EVOLUTION DES IMPORTATIONS CANADIENNES PAR PROVINCE DE DEDOUANEMENT ET PRINCIPAL PAYS D'ORIGINE PAR CATEGORIES MAJEURES - 1978..... 211

TABLEAU XXVIII - INDUSTRIE DE L'AMEUBLEMENT DE MAISON - EVOLUTION DES IMPORTATIONS CANADIENNES PAR PROVINCE DE DEDOUANEMENT ET PRINCIPAL PAYS D'ORIGINE PAR CATEGORIES MAJEURES - 1979..... 212

page

TABLEAU XXIX - INDUSTRIE DE L'AMEUBLEMENT DE MAISON - EVOLUTION DES IMPORTATIONS CANADIENNES PAR PROVINCE DE DEDOUANEMENT ET PRINCIPAL PAYS D'ORIGINE PAR CATEGORIES MAJEURES - 1980..... 213

TABLEAU XXX - INDUSTRIE DE L'AMEUBLEMENT DE MAISON - EVOLUTION DES EXPORTATIONS CANADIENNES PAR CATEGORIES MAJEURES - 1970 A 1980..... 214

TABLEAU XXXI - INDUSTRIE DE L'AMEUBLEMENT DE MAISON - EVOLUTION DES EXPORTATIONS CANADIENNES PAR CATEGORIES MAJEURES - 1981 A 1983..... 215

TABLEAU XXXII - INDUSTRIE DE L'AMEUBLEMENT DE MAISON - DESTINATION DES EXPORTATIONS CANADIENNES PAR CATEGORIES MAJEURES - 1980..... 216

TABLEAU XXXIII - INDUSTRIE DE L'AMEUBLEMENT DE MAISON - DESTINATION DES EXPORTATIONS CANADIENNES PAR CATEGORIES MAJEURES - 1983..... 217

TABLEAU XXXIV - INDUSTRIE DE L'AMEUBLEMENT DE MAISON - EVOLUTION DES EXPORTATIONS CANADIENNES PAR PROVINCE DE CHARGEMENT ET PRINCIPAL PAYS DE DESTINATION PAR CATEGORIES MAJEURES - 1976 A 1980..... 218

TABLEAU XXXV - INDUSTRIE DE L'AMEUBLEMENT DE MAISON - EVOLUTION DES EXPORTATIONS CANADIENNES PAR PROVINCE DE CHARGEMENT ET PRINCIPAL PAYS DE DESTINATION PAR CATEGORIES MAJEURES - 1976..... 220

TABLEAU XXXVI - INDUSTRIE DE L'AMEUBLEMENT DE MAISON - EVOLUTION DES EXPORTATIONS CANADIENNES PAR PROVINCE DE CHARGEMENT ET PRINCIPAL PAYS DE DESTINATION PAR CATEGORIES MAJEURES - 1977..... 221

TABLEAU XXXVII - INDUSTRIE DE L'AMEUBLEMENT DE MAISON - EVOLUTION DES EXPORTATIONS CANADIENNES PAR PROVINCE DE CHARGEMENT ET PRINCIPAL PAYS DE DESTINATION PAR CATEGORIES MAJEURES - 1978..... 222

page

TABLEAU XXXVIII - INDUSTRIE DE L'AMEUBLEMENT DE MAISON - EVOLUTION DES EXPORTATIONS CANADIENNES PAR PROVINCE DE CHARGEMENT ET PRINCIPAL PAYS DE DESTINATION PAR CATEGORIES MAJEURES - 1979..... 223

TABLEAU XXXIX - INDUSTRIE DE L'AMEUBLEMENT DE MAISON - EVOLUTION DES EXPORTATIONS CANADIENNES PAR PROVINCE DE CHARGEMENT ET PRINCIPAL PAYS DE DESTINATION PAR CATEGORIES MAJEURES - 1980..... 224

TABLEAU XL - EXPORTATIONS DU QUEBEC PAR SECTEURS INDUSTRIELS A DESTINATION DES PRINCIPALES REGIONS DES ETATS-UNIS - 1981..... 225

TABLEAU XLI - TARIF DOUANIER DE LA NATION LA PLUS FAVORISEE S'APPLIQUANT AUX EXPORTATIONS DE MEUBLES VERS LES ETATS-UNIS - 1983 A 1987..... 226

TABLEAU XLII - TARIF DOUANIER CANADIEN QUI S'APPLIQUE A L'IMPORTATION DE MEUBLES EN PROVENANCE DES PAYS INDUSTRIALISES ET DES PAYS EN VOIE DE DEVELOPPEMENT - 1983 A 1987..... 229

TABLEAU XLIII - TARIF DOUANIER S'APPLIQUANT AUX EXPORTATIONS DE MEUBLES VERS LES PAYS DE LA CEE - 1983 A 1987.... 230

TABLEAU XLIV - INDUSTRIE DE L'AMEUBLEMENT DE MAISON - EVOLUTION DE LA CONSOMMATION CANADIENNE APPARENTE - 1970 A 1983..... 232

TABLEAU XLV - INDUSTRIE DE L'AMEUBLEMENT DE MAISON EN BOIS - EVOLUTION DES LIVRAISONS CANADIENNES DE PROPRE FABRICATION PAR CATEGORIES MAJEURES - 1970 A 1983..... 233

TABLEAU XLVI - INDUSTRIE DE L'AMEUBLEMENT DE MAISON EN METAL - EVOLUTION DES LIVRAISONS CANADIENNES DE PROPRE FABRICATION PAR CATEGORIES MAJEURES - 1970 A 1983..... 234

page

TABLEAU XLVII - INDUSTRIE DE L'AMEUBLEMENT DE MAISON REMBOURRE - EVOLUTION DES LIVRAISONS CANADIENNES DE PROPRE FABRICATION PAR CATEGORIES MAJEURES - 1970 A 1983..... 235

TABLEAU XLVIII - INDUSTRIE DE L'AMEUBLEMENT DE MAISON - EVOLUTION DU NOMBRE D'EMPLOIS PAR ENTREPRISE - QUEBEC-ONTARIO - 1970 A 1983..... 236

TABLEAU XLIX - INDUSTRIE DU MEUBLE ET ENSEMBLE DU SECTEUR MANUFACTURIER - REMUNERATION HEBDOMADAIRE MOYENNNE - QUEBEC-ONTARIO-CANADA - NOVEMBRE 1982..... 237

TABLEAU L - INDUSTRIE DU MEUBLE ET ENSEMBLE DU SECTEUR MANUFACTURIER - TAUX HORAIRE MOYEN ET DUREE HEBDOMADAIRE MOYENNE DE TRAVAIL - OUVRIERS DE L'INDUSTRIE DU MEUBLE - QUEBEC-ONTARIO-CANADA - NOVEMBRE 1982..... 238

TABLEAU LI - INDUSTRIE DU MEUBLE AU QUEBEC - TAUX DE SALAIRE HORAIRE MOYEN PAR REGION POUR LES PROFESSIONS LES PLUS ACHALANDEES - FIN SEPTEMBRE 1981..... 239

TABLEAU LII - TAUX HORAIRES MOYENS BRUTS ET HEURES HEBDOMADAIRES MOYENNES DE TRAVAIL - EMPLOYES A LA PRODUCTION DANS L'INDUSTRIE DU MEUBLE ET L'ENSEMBLE DU SECTEUR MANUFACTURIER - CANADA-ETATS-UNIS - SEPTEMBRE 1982..... 240

TABLEAU LIII - TAUX HORAIRES BRUTS MOYENS ET HEURES HEBDOMADAIRES DE TRAVAIL - EMPLOYES A LA PRODUCTION DANS L'ENSEMBLE DU SECTEUR MANUFACTURIER DANS QUELQUES ETATS AMERICAINS ET AU CANADA - SEPTEMBRE 1982..... 241

TABLEAU LIV - SALAIRES MINIMA CANADIENS - TAUX GENERAUX POUR LES 18 ANS ET PLUS..... 242

TABLEAU LV - TAUX DE SALAIRE MINIMUM DU GOUVERNEMENT FEDERAL AMERICAIN ET TAUX MINIMA PREVALANT DANS CERTAINS ETATS AMERICAINS - TAUX GENERAUX POUR LES 18 ANS ET PLUS..... 243

LISTE DES GRAPHIQUES

page

GRAPHIQUE I - PREVISION DE L'EVOLUTION DU GROUPE D'AGE 20-44 ANS EN % DE LA POPULATION TOTALE AU CANADA..... 73

GRAPHIQUE II - INDUSTRIE QUEBECOISE DE L'AMEUBLEMENT DE MAISON EN BOIS - DEGRE D'AUTOMATISATION DE LA PRODUCTION..... 145

GRAPHIQUE III - INDUSTRIE QUEBECOISE DE L'AMEUBLEMENT DE MAISON EN BOIS - NIVEAUX DE MANUTENTION A L'INTERIEUR DES DEPARTEMENTS DE LA PRODUCTION..... 147

BIBLIOGRAPHIE

Aperçu de la situation professionnelle et de certaines conditions de travail dans l'industrie du meuble et des articles d'ameublement au Québec, Ministère du Travail, de la Main-d'Oeuvre et de la Sécurité du Revenu, Centre de recherches et de statistiques sur le marché du travail, mars 1981, 257 pages.

Bilan et perspectives de l'économie canadienne et québécoise, Prévisions 1984, cahier spécial Les Affaires, en collaboration, Montréal, 28 janvier 1984, 40 pages.

Clientèle de demain au Canada 1983, (La), Woods Gordon, Montréal, 1983, 24 pages.

Encyclopedia of furniture, (The), Joseph Aronson, New York, 1965, 484 pages.

Etat de la situation, Le Meuble, Document de réflexion déposé par le Secrétariat permanent des conférences socio-économiques à la conférence sur l'industrie du meuble, Montréal, 28 et 29 juin 1983, 109 pages.

Etude du marché du mobilier résidentiel dans la zone métropolitaine de New York, Ross Associates Inc., Ashville, Caroline du Nord, Avril 1981, 64 pages.

Evolution technologique possible d'ici 1990 dans la construction d'habitations et l'industrie des matériaux de bois, P.S. Ross et Associés, Industrie et Commerce Canada, Ottawa, 1976, 64 pages.

Industry Study, Building Board Markets, Prédicasts Inc., Cleveland, 30 janvier 1979, 121 pages.

It's showtime, in Furniture and Furnishings, June 1977, page 254.

Kit dans la maison, (Le), Henry de Lancesseur, Votre Maison, Paris, février-mars 1983, no 210, p.p. 52 à 56.

La rémunération au rendement dans l'industrie du meuble au Québec, Ministère du Travail, de la Main-d'Oeuvre et de la Sécurité du Revenu, Centre de recherches et de statistiques sur le marché du travail, mai 1981, 105 pages.

Le gouvernement a beau s'agiter, l'industrie du meuble périclite, La Presse Plus, Montréal, 25 juin 1983, page 15.

Le point 83, Numéro spécial de la Revue Commerce, en collaboration, Montréal, février 1983, 76 pages.

Le point 84, Numéro spécial de la Revue Commerce, en collaboration, Montréal, février 1984, 90 pages.

L'industrie du bois de sciage au Québec, analyse et perspectives, Direction des études industrielles, D.G.R.P., MICT en collaboration avec le Service des produits du bois et de ses dérivés, Direction de la Chimie et de la transformation des ressources, D.G.I., MICT, octobre 1981, 176 pages.

L'industrie du meuble au Québec, Lise Langelier-Bisson, Ministère de l'Industrie et Commerce du Québec, 1971, 66 pages.

L'industrie du meuble en crise, Benoit Mailloux, Président de l'A.F.M.Q., texte d'une allocution présentée le 24 mars 1984 à l'occasion de la phase I de la conférence sectorielle sur l'industrie du meuble, Montréal, 1983, 24 pages.

L'industrie du meuble sur le territoire du D.S.C., département de santé communautaire, Hôpital du Sacré-Coeur, février 1981, 87 pages.

Marché du meuble de maison au Québec: Evolution, tendances et stratégies de marketing, (Le), Ernst & Ernst, Ministère de l'Industrie et commerce du Québec, Québec, 1978, 451 pages.

Meuble de style ancien québécois, (Le), André Taillefer et Douglas Barker, Ministère de l'Industrie, Commerce et Tourisme du Québec, Direction générale de l'Industrie, Québec, avril 1979, 30 pages.

Meuble un mode de vie, (Le), André B. Fortier, Conférence prononcée devant les membres de la Corporation des Marchands de meubles du Québec, Québec, Auberge des Gouverneurs, 3 décembre 1979, 37 pages.

Meubles anciens du Canada français (Les), Jean Palardy, Editions Pierre Tisseyre, Montréal, 1971, 411 pages.

Profil de l'industrie québécoise de l'ameublement de bureau, Gouvernement du Québec, Ministère de l'Industrie, du Commerce et du Tourisme, Direction générale de l'Industrie, 1983, 121 pages.

Profil de l'industrie québécoise du meuble, André Taillefer et Douglas Barker, Ministère de l'Industrie, et Commerce du Québec, Direction générale de l'Industrie, Québec, 1978, 34 pages.

Rapport du Comité d'étude sur le fonctionnement de l'évolution du commerce au Québec, Examen et analyse du secteur meubles, appareils ménagers, radios et T.V., Ernst & Ernst, Ministère de l'Industrie et Commerce du Québec, Québec, 1978, 135 pages.

Rapport du groupe d'étude sur l'industrie canadienne du meuble, Ministère de l'Industrie et du Commerce, Ottawa, 1978, 72 pages.

Rapport sur l'industrie du meuble et des articles d'ameublement au Québec, sous-secteur: meubles de maison en bois, Groupe d'études en Innovation Technologique L.V. Ltée, Laval, 1979, 85 pages.

Résultats comparatifs des préférences des consommateurs pour divers styles de meubles à Montréal, Toronto et Calgary, Francine Jones, A.F.M.Q., 1982, 5 pages.

Situation économique du Québec, 1982, Direction de l'analyse et de la prévision économique du MICT, Bureau de la Statistique du Québec, Québec, 1984, 127 pages.

Sondage auprès des consommateurs de Calgary, Francine Jones, Salon du meuble de Calgary, A.F.M.Q., 1982, 15 pages.

Sondage auprès des consommateurs de Montréal, Francine Jones, Salon du meuble de Montréal, A.F.M.Q., 1982, 20 pages.

Sondage auprès des consommateurs de Toronto, Francine Jones, Salon du meuble de Toronto, A.F.M.Q., 1982, 22 pages.

Swedish Interior, Mobelindustrins, Service AB, Stockholm, Suède, 1981, page 1.

SOMMAIRE

En 1983, le Québec et l'Ontario dominaient nettement la production canadienne d'ameublement de maison avec des parts de marché respectives de 33% et 51,5%. On comptait relativement peu de manufacturiers dans les autres provinces, mais leur présence se faisait sentir de plus en plus. En 1983, l'industrie québécoise ne comportait qu'une minorité d'entreprises qui employaient plus de 100 travailleurs. La majorité des entreprises de ce secteur sont possédées par des québécois, quelques-unes seulement étant des filiales d'entreprises ontariennes ou de multinationales américaines.

Statistiques générales

- Expéditions canadiennes	- 1970:	340 900 000 ($)
	- 1983:	1 380 500 000 ($)
- Expéditions québécoises	- 1970:	137 500 000 ($)
	- 1983:	498 000 000 ($)
- Exportations canadiennes (principaux pays de destination: Etats-Unis, Angleterre, Arabie Saoudite, France, Hong-Kong)	- 1970:	13 400 000 ($)
	- 1983:	86 100 000 ($)
- Importations canadiennes (principaux pays d'origine: Etats-Unis, Taïwan, Italie, Danemark, Suède, Singapour)	- 1970:	24 200 000 ($)
	- 1983:	214 600 000 ($)
- Consommation canadienne apparente	- 1970:	351 700 000 ($)
	- 1983:	1 509 000 000 ($)

Constatations

- Il n'existe pas de statistiques officielles sur l'industrie du meuble de maison;

- L'industrie du meuble de maison est une industrie manufacturière dont les principaux clients sont les consommateurs. Occasionnellement, cette industrie fabrique du meuble de contrat pour répondre aux besoins des entreprises privées, entreprises de service public, organismes gouvernementaux et paragouvernementaux;

- C'est une industrie qui, à travers le monde, demeure un secteur à forte concentration de main-d'oeuvre;

- Malgré certains progrès encourageants, le Canada n'a pas encore réussi à faire sentir beaucoup sa présence sur le marché international du meuble de maison;

- Les expéditions québécoises perdent graduellement du terrain au profit de l'Ontario et des autres provinces. En 1983, la part du Québec n'est plus que de 33%;

- Montréal et Toronto constituent les deux principaux centres de fabrication de meubles de maison au Canada. Cependant, en Ontario, d'autres régions constituent des pôles d'attraction importants comme Weston, Mississauga et Downsview;

- L'approvisionnement en matières premières demeure assez stable. Cependant, le prix de certaines essences de bois massif tend à devenir prohibitif;

- Le Québec s'est surtout spécialisé dans la fabrication de meubles en bois, catégorie qui s'accapare la plus grande partie de la production canadienne. L'Ontario, pour sa part, a établi son image de marque dans le meuble rembourré;

- L'équipement spécialisé utilisé dans la fabrication provient des Etats-Unis, de l'Europe et du Canada;

- Les importations de meubles de maison ont augmenté en moyenne de 19,6% de 1970 à 1983;

- Les exportations de meubles de maison ont progressé en moyenne de 16,6% de 1970 à 1983;

- La promotion et la vente de meubles de maison fabriqués au Québec s'effectuent par trois grands réseaux de distribution complémentaires dont l'importance relative et les méthodes évoluent à un rythme de plus en plus rapide.

Menaces

- Progression constante et envahissante des importations en provenance des Etats-Unis et surtout des pays à faible coût;

- Evolution prévisible vers un marché de libre-échange pourrait faire disparaître un des seuls avantages de l'industrie autochtone par rapport aux importations;

- Tendance des réseaux de distribution à adopter les magasins à grande surface et à favoriser les achats de meubles importés au détriment des meubles fabriqués au Québec;

- Depuis la crise de 1982, équilibre économique mondial et national instable entraînant une incertitude grandissante pour l'avenir d'une industrie déjà secouée par de nombreux problèmes;

- Hausse débridée du prix de certaines catégories de bois sur le marché international;

- Importance relative de l'industrie québécoise du meuble rembourré entraîne des difficultés d'approvisionnement stable et à des prix compétitifs de tissus originaux et de qualité;

- Rareté grandissante de bois naturel de qualité "furniture grade" au Canada;

- Coûts de production de plus en plus élevés par rapport à l'Ontario, les Etats-Unis et les pays à faible coût;

- Difficulté de recruter de la main-d'oeuvre spécialisée;

- Coûts de transport plus élevés que dans la plupart des autres secteurs industriels.

Forces

- Localisation, en majeure partie, dans la région administrative de Montréal, centre important d'expositions de meubles et de sièges sociaux de groupements d'achats;

- Approvisionnement stable, adéquat et diversifié en panneaux de bois de différentes catégories;

- Disponibilité de main-d'oeuvre non qualifiée;

- Réseaux de distribution étendus à travers le Canada tout entier;

- Collaboration de plus en plus soutenue des entreprises du secteur dans la réalisation de projets communs;

- Image de qualité: tradition du meuble fabriqué au Québec;

- Plus grands efforts des manufacturiers pour améliorer leur gamme de produits;

- Présence grandissante de designers industriels au sein des entreprises.

Faiblesses

- Manque de rationalisation et de standardisation du processus de production;

- Productivité plus faible qu'en Ontario et aux Etats-Unis;

- Manque de planification en fonction de l'évolution des tendances du marché;

- Faiblesse de la structure financière et du contrôle des coûts dans un nombre important d'entreprises;

- Manque d'innovation au niveau des produits et de la stratégie de marketing.

Conclusion

L'industrie de l'ameublement de maison est une industrie dont l'origine est liée très étroitement à l'évolution de notre histoire puisqu'elle a toujours été préoccupée par la satisfaction des besoins de notre vie quotidienne et leur évolution. Devant se débattre au milieu d'un monde dont les dimensions sont de plus en plus internationales, elle a réussi à établir une image de marque de meubles de qualité à la grandeur du du Canada.

Pour faire face à la mutation rapide à la fois des goûts du consommateur et du concept de meubles qui est en train de s'inventer pour les satisfaire, l'industrie québécoise devra se mettre à la tâche rapidement pour imaginer des produits mieux adaptés et des méthodes de mise en marché plus dynamiques.

De plus en plus se développe actuellement à travers le monde un concept de meubles d'envergure internationale où le design peut être du ressort d'un ou plusieurs designers d'un pays donné, où les composantes peuvent originer d'un autre pays où les coûts de production sont moins élevés et où l'assemblage et la distribution pourraient, à la limite, nécessiter l'intervention d'entreprises situées dans d'autres régions du globe.

On a, dans le passé, peut-être eu trop tendance à confiner les menaces de la concurrence à l'Ontario et aux Etats-Unis, mais bientôt, lorsque les dernières barrières tarifaires seront tombées, il faudra peut-être apprendre à compétitionner à l'échelle de la planète.

INTRODUCTION

Cette étude sur l'industrie du meuble de maison au Québec s'inscrit dans le mandat et les activités de la Direction des biens d'équipement et de consommation du ministère de l'Industrie et du Commerce du Québec. Elle se situe aussi dans les priorités du Service des produits de consommation et se propose comme objectif d'effectuer une analyse et, par voie de conséquence, le portrait le plus complet que possible de l'industrie du meuble de maison au Québec.

Selon la classification des activités économiques (CAE) de 1973 (mise à jour: janvier 1978), cette industrie regroupe les établissements dont l'activité majeure comporte la fabrication et l'assemblage de meubles de maison de toutes sortes et de toutes matières. Bien qu'il existe de nombreuses autres catégories pour tenir compte de l'industrie du meuble de maison, qu'il nous soit permis de cristalliser surtout notre réflexion autour des meubles de maison en bois, des meubles de maison en métal et des meubles de maison rembourrés.

Peu d'industries québécoises ont fait l'objet d'autant d'études gouvernementales et privées au cours des dix dernières années que l'industrie de l'ameublement de maison. Cependant, aucune ne présente une analyse exhaustive des aspects quantitatifs et qualitatifs de ce secteur. C'est pourquoi, il nous est apparu essentiel de réaliser cette étude en lui conférant une orientation sectorielle.

Pour atteindre cet objectif, nous avons d'abord procédé à un tour d'horizon de la documentation disponible sur les fabricants d'ameublement de maison au Québec et de leurs produits. Ensuite, en vue de conférer à notre réflexion une orientation plus pratique, nous avons mené des consultations auprès des manufacturiers d'ameublement de maison choisis dans les principaux sous-secteurs et auprès de nombreuses personnes et organismes impliqués dans cette industrie, comme l'Association des fabricants de meubles du Québec, les groupements d'achats, les détaillants, etc.

HISTORIQUE

Retracer l'historique de l'origine de la fabrication d'ameublement de maison au Canada français équivaut à tenter de découvrir les pionniers de l'industrie de l'ameublement tout court, puisque c'est sous cette forme que se retrouvent les premiers balbutiements de notre histoire en ce domaine.

Il importe d'abord de souligner que nos connaissances à ce chapitre demeurent forcément limitées et ce, pour plusieurs raisons. En premier lieu, il ne faut pas oublier que l'évolution de notre mobilier fut passablement lente, puisque l'influence des styles originant de la métropole française se fait sentir parfois même jusqu'à un siècle après leur création. La méthode habituelle se présente de la façon suivante: le menuisier du village, en visitant un seigneur de l'époque, peut y admirer un meuble venu de France. Il tente ensuite, de mémoire, d'en reconstituer les proportions et le style. Aussi, le menuisier ne signait pas son oeuvre comme l'ébéniste parisien de ce temps.

En outre, il arrive très rarement que les archives officielles dévoilent, en même temps, le nom du menuisier et la date de fabrication de son meuble. C'est pourquoi, il est quasi impossible de fixer des dates absolues. On aura plutôt recours à des dates approximatives, par exemple fin du XVIIe siècle, début du XVIIIe siècle, etc.

Cependant, cette constatation n'est pas suffisante pour nous empêcher de déterminer au moins les grands traits de l'évolution du meuble au Canada français:

> "Je sais, dit Jean Palardy, combien il est passionnant, lorsqu'on intègre un meuble à sa vie quotidienne, de connaître son origine, son histoire, l'évolution dont il est l'aboutissement".(1)

---

(1) Meubles anciens du Canada français, (Les), Jean Palardy, Editions Pierre Tisseyre, Montréal, 1971, page 12.

Dès les débuts du XVIIe siècle, les premiers colons arrivent au Canada avec la ferme intention de s'y installer de façon définitive. Ils sont accompagnés de "menuisiers-charpentiers" comme on les appelle à l'époque. Pendant la colonisation de Champlain, le meuble était doté d'un caractère rudimentaire et fonctionnel beaucoup plus que décoratif. Les premiers meubles à pénétrer en Nouvelle-France furent importés de France par bateaux. A la fin du XVIIe siècle, cependant, ce besoin se fait de moins en moins sentir à cause de l'arrivée croissante d'artisans français qui commencent à les fabriquer sur place. Leurs meubles avaient la réputation d'être construits en bois solide et d'être simples, mais robustes.

Même si ces meubles s'inspiraient des meubles français, ils n'en constituaient pas des reproductions authentiques et les designs étaient habituellement empreints d'une plus grande simplicité. C'est ainsi que s'est créé un type de mobilier particulier au Canada français respectant son climat et les matériaux disponibles sur place:

> "L'artisan de notre pays a donné à son mobilier un accent personnel qui n'enlève rien à ses qualités bien françaises". (2)

De 1650 à 1750, le style Louis XIII exerça sa domination sur le meuble du Canada français. Pointes de diamants, losanges, bois tourné se retrouvent, mais épousant une forme simplifiée. C'est avant tout un meuble conçu pour les maisons paysannes, donc moins sophistiqué et moins raffiné que celui de Paris orienté vers l'aristocratie. On y rencontre parfois des fleurs et des feuilles sculptées qui ont repris une certaine vogue chez des manufacturiers de meubles de style traditionnel au cours des dernières années.

---

(2) Meubles anciens du Canada français (Les), op. cit., page 21.

Après 1750, les styles les plus à la mode sont le style Régence et le style Louis XV. Dans le style Régence, les lignes des meubles ont tendance à s'assouplir. C'est ainsi qu'on assiste à une avalanche d'éléments plus chantournés et les courbes sont annonciatrices des formes "galbées" du style Louis XV.

Le style Louis XV est caractérisé par une plus grande liberté d'expression et une imagination plus débordante que le style Louis XIII, mais le meuble conserve quand même une certaine rigidité du style Louis XIII.

A partir de 1780, ce sont les styles anglais et américains qui vont devenir prépondérants. Toutefois, il ne faudrait pas croire pour autant que toute influence de la mère patrie ait été battue en brèche. Quelques artisans canadiens continuent d'aller en France et y rapportent des cahiers où ils définissent les styles qui y sont en vogue. Les anglais sont les premiers à se servir de l'acajou (du "mahogany" comme on l'appelait alors au Canada français). Ils apportent avec eux la connaissance des styles Queen Anne, Chippendale et, plus tard, Sheraton et Adam. Il appert que ces types de meubles font immédiatement la conquête de l'élite du Canada français: seigneurs, militaires, fonctionnaires, etc. En un mot, tous ceux qui s'adaptaient assez facilement au Nouveau Régime. En 1787, on rapporte que les chaisiers anglais fabriquaient, à Montréal et à Québec, des chaises et des fauteuils de type "Windsor" en merisier avec une peinture de ton vert pâle. Les commodes et les armoires adoptent aussi l'allure anglaise et les styles les plus populaires sont: Queen Anne, Chippendale, Adam et Regency.

L'influence américaine se fait aussi sentir à la même époque. C'est ainsi qu'on peut retrouver quelques buffets bas et commodes inspirés d'un style particulier d'une famille de menuisiers célèbres du New Hampshire, les Dunlad; des berceaux avec abris de Pennsylvanie ou du New Jersey; des tables à bascule de Pennsylvanie. Au XIXe siècle, deux nouvelles influences en provenance des Etats-Unis inspirent nos meubles: ce sont les modèles et les sièges de type "Regency".

Les principaux bois utilisés chez nos ancêtres comprenaient: le pin, le merisier, le noyer, le chêne, l'orme, l'érable, le frêne, le cèdre, le sapin, le tilleul, le cerisier, le hêtre, etc.

C'est ainsi qu'à partir de 1820, l'esprit français perdit peu à peu de son emprise sur le mobilier traditionnel au Canada français sous la poussée des influences anglaises et américaines. Jean Palardy va jusqu'à affirmer:

> "Jusqu'en 1925, on ne soupçonnait pas qu'il y eût un mobilier canadien traditionnel original. On avait oublié jusqu'à son existence". (3)

Mais cela ne signifie pas pour autant que depuis les débuts du XIXe siècle jusqu'à nos jours, aucun meuble de style ancien québécois n'ait été produit. Il a toujours constitué le style de prédilection de nos artisans et ébénistes qui ont toujours eu à coeur de ressusciter par là une des facettes les plus éloquentes du mode de vie de nos ancêtres. Mais ils ne fabriquaient que "sur commande" le mobilier demandé. Chaque région du Québec possédait ses propres artisans ou ébénistes produisant des meubles pour un marché limité habituellement à leur localité. Mais il faut attendre les années '60 pour voir apparaître une vague de fabrication de reproductions et d'adaptations de meubles issus de styles anciens du Québec.

---

(3) Meubles anciens du Canada français, (Les), op.cit. page 11.

Aussi, profitant de cet engouement des québécois pour le retour aux sources de leur patrimoine, certains artisans et certaines entreprises déjà établies dans le meuble ont décidé de produire en série, un mobilier de style ancien québécois. Les principaux produits comprennent: les armoires, les huches et encoignures, les bahuts, coffres et commodes, différents types de tables, chaises et fauteuils.

Cependant, il ne peut s'agir là que d'un marché extrêmement limité et se confiner à en étudier l'impact équivaudrait à laisser de côté la grande majorité des fabricants de meubles de maison du Québec. Cependant, il est apparu important de mentionner ce qui précède pour souligner les plus récents prolongements de ce qui se rapproche le plus du style d'inspiration française au Québec. Mais cela ne signifie pas pour autant que les meubles, qu'on ne dénomme pas ainsi, n'ont pas puisé à la même source.

Le moment même semble venu maintenant de parler des caractéristiques de la naissance du meuble de maison au Québec. Si la fabrication des meubles de maison au Québec fut d'abord et avant tout l'oeuvre d'artisans et d'ébénistes qui cherchaient à satisfaire les besoins d'un marché local, ce sont, dans la plupart des cas, des artisans qui ont aussi initié la production de meubles en petites séries voyant par là un moyen d'abaisser leurs coûts et d'agrandir les dimensions de leur marché. C'est peut-être une des raisons pour lesquelles les manufacturiers d'ici ont toujours eu tendance à bâtir leur réputation sur la qualité de leurs meubles comme si, même en usine, toutes ses facettes portaient l'empreinte de l'artisan.

Malgré des origines historiques assez lointaines, l'industrie de l'ameublement de maison n'a connu sa véritable éclosion qu'à la suite de l'urbanisation rapide de l'après-guerre. Ce qui le prouve, c'est que la majorité de nos usines dignes de ce nom datent des années '40. Bien que relativement jeune, cette industrie est quand même plus ancienne que l'industrie de l'ameublement de bureau au Québec qui n'a pris naissance qu'au cours des vingt dernières années surtout.

Les premières statistiques officielles sur l'industrie de l'ameublement de maison au Canada remontent à l'année 1934. Pour les interpréter dans leurs justes perspectives, il importe de souligner qu'au début, la rubrique "l'industrie des meubles de maison" de Statistique Canada intègre aussi les établissements qui s'occupent de réfection, rembourrage et réparation de meubles. En 1934, l'industrie canadienne de l'ameublement de maison pouvait compter sur 401 unités de fabrication réalisant des livraisons de propre fabrication de 10 millions $. (4)

Le Québec, déjà deuxième province productrice de meubles de maison au Canada, possède 94 usines et l'Ontario s'accapare déjà la part du lion avec 206. C'est donc dire que le Québec et l'Ontario contrôlent, même à cette époque, près de 75% de toutes les usines d'ameublement de maison au Canada. Le point névralgique de cette industrie canadienne s'établit alors dans le sud-ouest de l'Ontario. En 1945, 623 établissements au Canada font passer la valeur des expéditions de 10 millions de dollars à 34,9 millions de dollars. Le Québec fait plus que doubler son nombre d'unités de fabrication et en compte 198 par rapport à 241 pour l'Ontario.

---

(4) Voir Tableau II - Industrie de l'ameublement de maison - Evolution du nombre d'entreprises selon les provinces canadiennes - 1934 à 1983, page 182.

Voir aussi Tableau III - Industrie de l'ameublement de maison - Evolution des livraisons canadiennes de propre fabrication - 1934 à 1983, page 183.

De 1945 à 1955 de nouveau, on assiste à une progression assez rapide, alors que les expéditions canadiennes triplent de nouveau pour dépasser, pour la première fois, le cap des 100 millions $ avec 115,1 millions $. Un autre sommet est aussi enregistré avec 1 822 établissements par comparaison avec les 623 de 1945. Le Québec et l'Ontario continuent d'exercer leur suprématie avec 593 et 712 établissements respectivement. Bien que l'Ontario demeure un des bastions importants de l'industrie canadienne, on voit poindre graduellement certaines régions du Québec comme des futurs centres de rayonnement pour l'industrie. C'est ainsi qu'on a remarqué qu'au Québec, les usines de meubles de maison avaient été fixées de préférence dans des régions boisées en vue de s'assurer un approvisionnement stable et adéquat de matières premières. C'est ainsi que la région des Bois-Francs est devenue, avec le temps, la véritable capitale de l'industrie du meuble de maison non seulement au Québec, mais encore au Canada. D'autres régions ont aussi fait leur marque à cette époque, ce sont les Cantons de l'est et la région de Lotbinière et de ses environs.

A compter de 1955, on constate que les variations dans le nombre d'établissements canadiens sont peu importantes: 1702 en 1965 par rapport à 1822 en 1955, mais avec une valeur des expéditions qui représente le double d'il y a 10 ans: 219,6 millions de dollars. En 1965, le Québec possède 536 établissements et l'Ontario, 694. Si on examine maintenant les statistiques de 1934 à 1965, force nous est de considérer qu'il a fallu vingt et une (21) années à l'industrie pour parvenir à une production de 100 millions $, mais seulement dix (10) ans de plus pour toucher les 200 millions $.

De 1965 à 1970, la croissance s'accélère pour atteindre des expéditions canadiennes de l'ordre de 340,9 millions $. Et phénomène digne de mention, même avec 297 établissements comparativement à l'Ontario qui en possède 267, le Québec ne produit que pour 137 millions $ par rapport à 163 millions $ pour l'Ontario. De 1970 à 1980, la progression des expéditions québécoises est caractérisée par une hausse continue. De 137 millions $ avec 297 manufacturiers en 1970, on est passé à 423 millions $ en 1980 avec 393 manufacturiers.

La période de 1980 à 1983 a été surtout caractérisée par la crise économique. Cependant la remontée de 1983 a eu pour effet que la situation générale de 1983 démontre même une amélioration par rapport au sommet de 1981 de sorte que le Québec peut alors compter sur 401 entreprises et une valeur d'expédition de 498 millions de dollars.

Il apparaît ardu, sinon hasardeux, de tenter de jalonner, par des étapes nettement définies, l'évolution de l'industrie de l'ameublement de maison au Québec à partir des années '40. Faute de mieux, il serait peut-être préférable de parler de certaines tendances. A ses tout débuts, il est assez évident que les styles les plus à la mode ont été les styles dits "traditionnels". C'est ainsi qu'ont été mis en exergue le style espagnol, méditerranéen, "early american", provincial français, etc. Et parmi tous ces styles obéissant à certains impératifs communs se détachait, jusqu'au milieu des années '70 environ, le style appelé "colonial". Depuis le début des années '60, il faudrait aussi mentionner quelques fabricants de meubles de style ancien québécois dont certains ont tenté d'en réduire les dimensions afin de l'adapter aux exigences modernes. Il nous apparaît important de préciser qu'il ne s'agit là que d'une dominante dans le style, et non d'un style à l'état pur, car il est plus juste de parler de mélange de styles et d'inspiration. Ce phénomène peut d'ailleurs être observé dans la plupart des catégories de meubles produits au Québec au cours des années.

Depuis le milieu des années 1970, on sent une poussée presque irrésistible pour le meuble de style moderne et contemporain qui est surtout marqué au coin de la versatilité, de la polyvalence et de son adaptabilité aux conditions changeantes des besoins d'aujourd'hui. Enfin, le dernier cri en ameublement de maison semble provenir du meuble modulaire, entièrement démontable, permettant au consommateur de l'assembler lui-même et de le démonter au gré de ses besoins. Ce sera probablement le meuble des années '80.

DEFINITION DES PRODUITS

Avant 1970, l'industrie de l'ameublement de maison comprenait les établissements dont l'activité principale consistait dans la fabrication de meubles résidentiels de toutes sortes et de toutes matières. Elle incluait aussi les ateliers de capitonnage, d'ébénisterie et de réparation de meubles.

Pour bien distinguer les opérations de fabrication de celles de réparation ou remise en état des meubles, Statistique Canada divisait, à compter de 1970, cette industrie en deux sections distinctes:

1- L'industrie de la réfection, rembourrage et réparation de meubles (numéro 2611 de la classification des activités économiques);

2- L'industrie des meubles de maison, n.c.a. (numéro 2619 de la classification des activités économiques).

Notre étude sera basée sur cette deuxième division qui rend compte principalement de la fabrication de meubles de maison en bois, en métal et rembourrés et laisse de côté, toutes les autres activités reliées au meuble.

L'industrie de l'ameublement de maison domine de loin toute l'industrie du meuble au Québec si on la compare à l'ameublement de bureau ou aux articles d'ameublement au point de vue valeur des livraisons de propre fabrication, nombre d'emplois, etc. En outre, son marché est caractérisé par la diversité des produits offerts au consommateur.

Habituellement, ils se regroupent selon trois critères, soit la matière première prédominante, leur fonction et enfin, leur destination finale.

A) Selon la matière première prédominante

- Meubles de maison en bois;
- Meubles de maison en métal;
- Meubles de maison rembourrés;
- Meubles de maison en mélamine;
- Meubles de maison en plastique;
- Meubles de maison en fer forgé;
- Meubles de maison en rotin (jonc, osier);
- Meubles de maison en marbre;
- Meubles de maison en verre.

B) Selon la fonction

- Meubles de salle de séjour;
- Meubles de vestibule;
- Meubles de salon;
- Meubles de cuisine (sauf armoires);
- Meubles de salle à manger;
- Meubles de chambre à coucher.

C) Selon l'utilisation ultime

- Meubles de salle de séjour, de salon et de vestibule

  - bibliothèques pour particuliers;
  - systèmes muraux;
  - meubles à boisson;
  - meubles pour radios, stéréos, téléviseurs;
  - tables de maison;
  - tables pour téléviseurs;
  - meubles non transformables, canapés, sofas et fauteuils assortis;
  - meubles à double usage ou transformables (canapés-lits, sofas-lits, divans-studio, etc.);
  - chaises, fauteuils inclinables, berceuses pivotantes, chaises longues, chaises de fantaisie, etc.;
  - fauteuils inclinables (renfermant des mécanismes de réglage de position de mouvement);
  - tabourets et poufs.

- Meubles de cuisine et de salle à manger

  - bahuts;
  - vaisseliers;
  - tables;
  - chaises;
  - encoignures.

- Meubles de chambre à coucher

  - lits, lits pliants, lits superposés, bases de lits et côtés de lits;
  - coffres à linge;
  - bureaux, commodes;
  - tables de nuit;
  - fauteuils de chambre.

- Meubles d'extérieur

  - meubles en bois pour camps, pelouses et vérandas: tables chaises, parasols;
  - meubles en métal pour camps, pelouses et vérandas: tables, chaises, parasols.

CHAPITRE I

STRUCTURE DE L'INDUSTRIE DE L'AMEUBLEMENT DE MAISON

1. Industrie mondiale

Il n'existe pas, à notre connaissance, de statistiques officielles complètes sur l'industrie mondiale de l'ameublement de maison. Les sources les plus intéressantes sur les pays et les entreprises qui connaissent un succès reconnu sur le plan international semblent être constituées surtout des nombreuses publications, soit des entreprises elles-mêmes ou des regroupements de manufacturiers pour l'exportation, qu'on peut se procurer lors des expositions d'envergure mondiale.

En effet, il existe un certain nombre de pays qui ont fait leur marque sur le marché international. Ceux qui retiennent le plus l'attention sont les Etats-Unis, les pays scandinaves, l'Italie, la France, l'Allemagne de l'ouest, etc. Ce qui frappe lorsqu'on étudie les raisons de leur réputation, c'est qu'ils produisent en grandes séries et ils confèrent une place de premier choix au design et au marketing sous toutes ses formes.

Il est sûr qu'on pourrait parler abondamment des géants américains qui ont acquis une solide réputation non seulement dans leur pays, mais aussi à l'étranger. On estime généralement, au sein de l'industrie, qu'il y aurait environ une dizaine d'entreprises aux Etats-Unis dont le chiffre d'affaires annuel se situe entre 100 et 250 millions de dollars. Parmi les plus connues, on pourrait citer Thomasville, Drexel Heritage (qui possède ses propres forêts en Afrique), Bassett (dont une des filiales est située à Montmagny

sous le nom de Miroir Bassett Inc.) etc. Par exemple, en réunissant la production de deux seulement de ces entreprises, cela équivaudrait à la production totale annuelle du Québec.

Ces comparaisons frappent au plus haut point. Cependant, il serait peut-être préférable de nous arrêter plutôt à des pays dont l'industrie est basée sur des unités de fabrication un peu plus proches de la réalité canadienne et québécoise. Prenons d'abord le cas des pays scandinaves. Tout le monde, sans exception, a sans doute entendu parler du succès phénoménal remporté par ces pays dans l'exportation d'ameublement de maison. De 1969 à 1979, les exportations de la Suède, principal leader des pays scandinaves, ont progressé de 200 millions de couronnes suédoises à 1 450 billions. Donc ce pays a multiplié ses exportations par 7 en dix (10) années seulement, soit une croissance de plus de 20% en moyenne annuellement. Pourtant, ce pays n'est pas plus considérable que le Canada. Cette industrie compte environ 20 000 travailleurs. La clef d'un tel succès repose sur les bases suivantes, selon la revue Swedish Interior:

> "Quand des meubles rationnels et utiles sont en même temps beaux à regarder et témoignent d'une économie naturelle dans l'emploi des matières, alors ce sont aussi des produits pour les hommes de notre temps, quel que soit le pays où nous vivons".(5)

(5) Swedish Interior, Mobelindustrins, Service AB, Stockholm, Suède, 1981, page 1.

En résumé, tout repose sur la qualité innovatrice du design suédois et les efforts concertés pour pénétrer les marchés étrangers.

Mais ce ne sont pas uniquement les manufacturiers de meubles scandinaves qui ont permis à l'industrie mondiale de progresser. Il y a aussi les méthodes de distribution de ces mêmes régions. Et cela n'est pas surprenant, car trop de pays ont eu tendance à mettre l'accent sur la qualité de la fabrication au détriment de la mise en marché des produits. En effet, la chaîne IKEA, qui a fait récemment son apparition à Montréal et Québec, est devenue le plus gros détaillant de meubles au monde. Les ventes annuelles atteindraient de 700 à 800 millions $. Le principe de ce magasin à grande surface consiste à offrir des meubles démontables ainsi que tous les accessoires de décoration sous un même toit. Le client achète habituellement ses meubles dans une boîte et il les assemble lui-même une fois rendu à la maison. Le tout est conçu comme un véritable libre-service dans le meuble, un peu à la manière des magasins d'alimentation qui ont instauré ce concept il y a de cela de nombreuses années.

Le pays qui est reconnu actuellement pour fabriquer les meubles de maison au design le plus avant-gardiste, c'est l'Italie. Aussi, c'est probablement ce pays qui a le mieux réussi à cristalliser son image de marque à travers le monde. Un des aspects intéressants de la politique d'exportation de ce pays, c'est que ses manufacturiers ont compris depuis longtemps que, pour pénétrer le marché de l'exportation sur une grande échelle, il faut absolument concevoir des produits différents de la concurrence, innovateurs et de facture tout à fait différente de ce qu'on fabrique pour le marché local. C'est ainsi que les italiens, paradoxalement, fabriquent quantité de meubles de style traditionnel comme on en retrouve un grand nombre dans à peu près tous les pays. Mais, en parallèle, ils développent aussi des meubles uniquement pour l'exportation et ce sont surtout ceux-là qui sont connus à l'étranger et

qui ont façonné la réputation du meuble italien. Les designs de meubles italiens sont surtout reconnus dans les meubles rembourrés et les meubles laqués de style moderne et contemporain.

La France aussi a réussi à se constituer une bonne réputation sur le marché mondial, bien que sa part de marché soit plus modeste que l'Italie. L'industrie de l'ameublement de maison française regroupe 1 200 entreprises et 80 000 salariés. Ses exportations se chiffraient à 1,9 milliard en 1981. La plus grande partie des exportations françaises se situent dans le meuble rembourré de style moderne et contemporain. On ne peut parler de la France sans parler de Roche-Bobois. A l'exemple d'IKEA, Roche-Bobois ne fabrique pas ses meubles, mais a développé un réseau de magasins sous franchise à travers le monde. En plus de Montréal et Québec, cette chaîne est établie à Toronto, Vancouver, Paris, New-York, Beverly Hills, Washington, Palm Beach, Londres et Genève. Roche-Bobois a réussi à se faire connaître comme le centre de meubles rembourrés le plus prestigieux au monde.

Enfin, l'Allemagne de l'ouest occupe une certaine notoriété au plan international. L'exposition internationale de Cologne qui a lieu chaque année en janvier y est sûrement pour quelque chose. Environ 1 500 fabricants provenant de 41 pays différents y exposent leurs produits dans un espace total de 212 000 mètres carrés. Le nombre total de visiteurs s'élevait à 23 000, en 1983. Peu de manufacturiers pris isolément ont une solide image de marque. Ce sont plutôt les regroupements d'entreprises pour l'exportation qui sont connus sur le marché. Un des plus importants est Interhome qui représente 28 fabricants allemands et un belge. Interhome est installé aux Etats-Unis, importe ses meubles, les entrepose, les répartit entre les détaillants et les livre parfois même directement aux consommateurs.

2. Industrie canadienne

La dernière année complète pour laquelle nous disposons de statistiques presque complètes sur l'industrie canadienne de l'ameublement de maison est 1983. Au cours de cette année, 867 manufacturiers ont produit pour une valeur globale de 1,3 milliard de dollars. Par rapport à 1970, la progression est intéressante, puisque la valeur des livraisons canadiennes de propre fabrication de 712 établissements n'atteignait que 340,9 millions de dollars.(6)

Il est intéressant de souligner que la production canadienne a toujours été caractérisée par une nette domination des meubles de maison en bois.(7) Cette catégorie en a presque toujours constitué au delà de 40% sauf en 1975 et 1976 avec 39,7% et 39,5% respectivement. Son importance a eu tendance à croître au cours des années. En 1970, elle comptait pour 43,4% de la valeur des livraisons canadiennes et en 1983 elle touchait un sommet de 48%.

Les meubles de maison rembourrés viennent en deuxième lieu avec une proportion passablement stable se situant autour de 35%. Enfin, les meubles de maison en métal sont assez loin derrière avec une part se situant autour de 10%. Depuis 1972, où ils ont atteint 11,2% de la production canadienne, ils ont eu tendance à fluctuer passablement. En 1983, ils s'établissent à 9,5%.

---

(6) Voir Tableau I - Industrie de l'ameublement de maison - Statistiques principales - Québec-Ontario-Canada - 1970 à 1983, page 179.

(7) Voir Tableau IV - Industrie de l'ameublement de maison - Evolution de la répartition de la production canadienne entre les catégories majeures - 1970 à 1983, page 184.

Le Québec et l'Ontario sont demeurées les deux provinces les plus marquantes de l'industrie canadienne de l'ameublement de maison. En 1970, le Québec comptait 297 fabricants et l'Ontario 267. En 1983, le Québec mène toujours le bal avec 401 par rapport à l'Ontario avec 310. Les autres provinces se partagent les 156 autres établissements.(8)

En analysant l'évolution du nombre d'entreprises par rapport à l'ensemble du Canada, on constate que le Québec constitue la province où la croissance est la plus forte: en 1970, le Québec pouvait s'appuyer sur 297 entreprises, soit 41,7% des entreprises canadiennes et en 1983, cette proportion atteint 46,2% grâce à 401 entreprises.

Par contre, l'importance de l'Ontario à ce chapitre tend à diminuer: en 1970, l'industrie ontarienne bénéficiait de 267 entreprises ou 37,5% du total canadien et en 1983, de 310 entreprises ou 35,7% seulement.

Les autres provinces n'ont pas connu de changements très importants sauf en 1981 où elles ont touché leur point le plus élevé avec 170 entreprises par rapport à 148 en 1970 et à 123 en 1977.

En 1981, dernière année où nous possédions des données complètes sur les autres provinces, cinq provinces avaient réussi à faire leur marque, la Colombie-Britannique avec soixante-douze (72) établissements, l'Alberta avec trente-cinq (35), le Manitoba avec vingt-sept (27), la Nouvelle-Ecosse avec quinze (15), la Saskatchewan avec dix (10), le Nouveau-

---

(8) Voir Tableau V - Industrie de l'ameublement de maison - Evolution du nombre d'entreprises selon les provinces canadiennes - 1970 à 1983, page 186.

Brunswick avec huit (8), Terre-Neuve avec deux (2) et les Territoires du nord-ouest avec un (1).[9]

Le nombre total d'établissements au Canada a connu des fluctuations plus prononcées que dans l'industrie de l'ameublement de bureau. Après un plancher de 639 établissements en 1977, on atteint un sommet de 912 en 1981. Cependant, il ne faudrait pas interpréter ces chiffres au pied de la lettre, car les barrières à l'entrée ne sont pas hermétiques. Une des principales raisons de ce phénomène réside dans le fait que les techniques de fabrication d'ameublement de maison sont relativement simples. On se fait facilement illusion en s'imaginant qu'il suffit de fabriquer et que la distribution vient par surcroît.

En outre, il existe une tendance chez les artisans à vouloir lancer leur propre entreprise lorsqu'ils connaissent certains succès en fabriquant sur commande. Or, dans bien des cas, ces entreprises ne vivent que le temps que vivent les roses...et ne font à peu près jamais partie des statistiques officielles. La concentration des entreprises est très peu présente dans cette industrie. La plupart des expériences tentées jusqu'à maintenant se sont soldées par des échecs. Aussi les fabricants majeurs sont demeurés à peu près les mêmes au cours des années. La grande majorité des entreprises canadiennes sont contrôlées par des canadiens, les grandes entreprises étrangères préférant habituellement exporter que d'installer une usine sur place.

---

(9) Statistique Canada, catalogue 35-216, 1981.

3. Industrie québécoise

En 1983, le Québec vient en tête de l'industrie canadienne de l'ameublement de maison avec 401 manufacturiers, mais c'est l'Ontario qui domine au chapitre des livraisons de propre fabrication avec 698 millions par rapport à 498 millions de dollars pour le Québec.(10)

Une explication de cette différence vient du fait que l'Ontario peut compter sur des entreprises plus considérables que le Québec.

Par exemple, le Québec compte seulement quatre (4) entreprises ayant au delà de 200 employés tandis que l'Ontario en compte dix-sept (17).(11) En outre, l'industrie ontarienne est reconnue pour être plus productive et plus dynamique.

Avec ses 401 établissements en 1983, le Québec employait plus du tiers de la main-d'oeuvre canadienne, soit 8 950 travailleurs sur 23 199. (12)

Comme la plupart des secteurs industriels, l'industrie québécoise de l'ameublement de maison est surtout implantée dans la région de Montréal avec 236 établissements sur 419, soit 56,3%.

---

(10) Voir Tableau I - Industrie de l'ameublement de maison - Statistiques principales - Québec-Ontario-Canada - 1970 à 1983, page 179.

(11) Voir Tableau VI - Industrie québécoise de l'ameublement de maison - Répartition géographique des entreprises par groupe de taille/main-d'oeuvre - 1981, page 187.

(12) Voir Tableau VII - Industrie de l'ameublement de maison - Evolution du nombre d'emplois selon les provinces canadiennes - 1970 à 1983, page 188.

La région de Québec vient en seconde place avec 72, Trois-Rivières et Les Bois-Francs viennent ensuite avec 70. Parmi les autres régions, seule l'Estrie est assez importante avec 14. Ensuite, nous retrouvons l'Outaouais avec 9, le Saguenay Lac St-Jean avec 8, le Nord-Ouest avec 4. Le Bas Saint-Laurent-Gaspésie et la Côte Nord ferment la marche avec 3.(13)

L'industrie québécoise s'est surtout spécialisée dans l'ameublement de maison en bois. Il n'est donc pas surprenant de constater que la valeur de ses livraisons en ce domaine se soit maintenue constamment au-dessus de 50% de la production canadienne de 1970 à 1983.(14) En 1970, elle s'élevait à 81,9 millions sur un total canadien de 148,1 millions, soit 55,3%. Après un plancher de 50,1% en 1982, on revient à 56,5% en 1983 avec des expéditions de 375,3 millions sur des expéditions canadiennes de 664,7 millions.

Cependant, l'importance du Québec dans le meuble rembourré est beaucoup moins considérable et tend à décroître. En 1970, le Québec produisait 31,1% de tous les meubles rembourrés au Canada soit 37,1 millions sur 119 millions.(15) Mais en 1983, cette part a décliné à 23,4% avec 112,7 millions sur 480,2 millions.

(13) Voir Tableau VI - Industrie québécoise de l'ameublement de maison - Répartition géographique des entreprises par groupe de taille/ main-d'oeuvre - 1981, page 187.

(14) Voir Tableau VIII - Industrie de l'ameublement de maison - Evolution de la valeur des livraisons canadiennes de propre fabrication de meubles en bois selon les provinces - 1970 à 1983, page 189.

(15) Voir Tableau IX - Industrie de l'ameublement de maison - Evolution de la valeur des livraisons canadiennes de propre fabrication de meubles rembourrés selon les provinces - 1970 à 1983, page 190.

L'Ontario exerce une suprématie de plus en plus évidente dans ce sous-secteur. En 1970, l'Ontario en contrôle 55,1% avec des livraisons de 65,6 sur 119 millions. Mais en 1983, cette part a augmenté à 68,8%, soit 330,6 millions sur 480,2 millions.

Les meubles de maison en métal sont aussi dominés par l'industrie ontarienne.(16) En 1970, les expéditions de cette catégorie de meubles sont la responsabilité de l'Ontario dans une proportion de 51,2% (18,7 millions sur 36,5 millions). En 1983, cette proportion s'élève de 62,7% (82,5 millions sur 131,5 millions). Le Québec, à cause du dynamisme d'un nombre quand même limité d'entreprises de ce sous-secteur, a connu une légère hausse de sa part du gâteau de 26,8% à 33,4% de 1977 à 1983.

Si on examine maintenant l'évolution globale de la valeur des livraisons québécoises, on constate qu'elle est traversée par plusieurs fluctuations économiques majeures.(17)

De 1970 à 1974, l'industrie québécoise de l'ameublement de maison a connu une période favorable, alors que ses expéditions passaient de 137,5 millions à 292,9 millions, soit une hausse de 113%.

Par la suite, on connaît une période de ralentissement avec des baisses en 1975 et 1977 qui font que l'année 78, malgré une augmentation de 18,4%, se retrouve à un niveau comparable à 1974.

---

(16) Voir Tableau X - Industrie de l'ameublement de maison - Evolution de la valeur des livraisons canadiennes de propre fabrication de meubles en métal selon les provinces - 1970 à 1983, page 191.

(17) Voir Tableau XI - Industrie de l'ameublement de maison - Evolution de la valeur des livraisons canadiennes de propre fabrication selon les provinces - 1970 à 1983, page 192.

La croissance se poursuit par la suite et permet d'atteindre un sommet en 1981 avec 495 millions de dollars de production québécoise mais la récession économique qui a frappé le Québec à partir d'août 1981 a eu des conséquences profondes sur l'industrie de l'ameublement de maison.

En premier lieu, la hausse effarante des taux d'intérêt conjuguée à une diminution rapide de la demande, a amené les détaillants à réduire leurs inventaires. Devant les signes inquiétants de l'économie, le consommateur a été porté à économiser davantage, dans l'attente de jours meilleurs. Le meuble étant un investissement à long terme, le consommateur a eu tendance à en reporter l'achat dans le temps.

Par ailleurs, la hausse des taux hypothécaires a entraîné une baisse dans la construction résidentielle, qui est un facteur important d'achat de meubles. Enfin, la crise économique a créé de plus en plus de chômage, ce qui a entraîné aussi une diminution de la demande de biens durables, dont celle pour le meuble, alors que les biens de première nécessité accaparaient la plus grande partie du budget des ménages.

Ainsi, de 1981 à 1982, la valeur des livraisons québécoises de propre fabrication québécoise a chuté de 16,1% et 33 entreprises ont dû déclarer faillite.(18)

L'année 1983 a fort heureusement marqué la relance de l'industrie avec des hausses majeures qui ont permis à l'industrie d'égaler et même de dépasser de nouveau les sommets de 1981.

La part du Québec, dans la production canadienne, après avoir été plutôt stable jusqu'en 1979 avec environ 40% et même 42% en 1971 a décliné considérablement par la suite pour atteindre son niveau le plus bas en

---

(18) Voir Tableau XII - Industrie du meuble et des articles d'ameublement Nombre de faillites - Québec-Ontario-Canada - 1979 à 1982, page 193.

1983 avec 33%. Au cours de cette même année, l'Ontario s'accapare 51,5% du marché par rapport à 47,8 en 1970. La part des autres provinces est passée de 11,8% à 13,5% au cours de la même période.

Destination des livraisons québécoises

Il n'est pas facile de déterminer avec exactitude la destination exacte des livraisons québécoises d'ameublement de maison.

D'après les tableaux statistiques préparés pour le dernier Sommet sur le meuble par le M.C.E., on aboutit à certaines conclusions.

En 1974, les expéditions de meubles fabriqués au Québec étaient acheminées vers les régions suivantes: le Québec à 38,%, les provinces Atlantiques à 7,6%, l'Ontario à 32,3%, les provinces de l'Ouest à 17% et hors du Canada à 2%.(19)

En 1980, la part consommée au Québec était parvenue à 50,8%, en Ontario, une légère diminution était enregistrée de 32,3% à 26,4%, dans les provinces de l'Atlantique, la situation était demeurée assez stable avec 7,1% par rapport à 7,6%, dans les provinces de l'Ouest, on constatait le même phénomène avec 17,2% versus 17% et la proportion destinée à l'étranger était passée de 2% à 5,1%.

Un sondage effectué par l'A.F.M.Q. auprès de ses membres en janvier 1982 se rapproche sensiblement de ces derniers résultats.(20)

---

(19) Voir Tableau XIII - Industrie de l'ameublement de maison - Premières destinations des expéditions des manufacturiers exportateurs du Québec - 1974 à 1980, page 194.

(20) L'industrie du meuble en crise, Benoit Mailloux, Président de L'A.F.M.Q., texte d'une allocution présentée le 24 mars 1983 à l'occasion de la phase I de la conférence sectorielle sur l'industrie du meuble, page 3.

Selon cette enquête, les expéditions de meubles de maison d'origine québécoise sont écoulées au Québec dans une proportion de 53%. L'Ontario vient en deuxième place avec 20%. L'Ouest canadien suit avec 14%. Ensuite, les Maritimes avec 10%. Enfin, le dernier 3% serait acheminé vers les Etats-Unis, étant acquis que fort peu d'exportations québécoises sont effectuées hors des Etats-Unis comme c'est le cas pour toute l'industrie canadienne. Les conclusions auxquelles aboutit ce sondage semblent coller d'assez près à la réalité. Si on les traduisait en valeur des expéditions pour l'année 1983 qui s'élèvent à 498 millions de dollars, on pourrait brosser le tableau suivant:

TABLEAU 1
INDUSTRIE DE L'AMEUBLEMENT DE MAISON
DESTINATIONS DES EXPEDITIONS QUEBECOISES
1983

DESTINATION	%	VALEUR DES LIVRAISONS (000)
Québec	53	263,9
Ontario	20	99,6
Ouest canadien	14	69,7
Maritimes	10	49,8
Etats-Unis	3	15,0
	100	498,0

Il serait tout de même opportun d'émettre une réserve sur le pourcentage de nos exportations vers les Etats-Unis. Bien que leur importance soit ercore assez marginale vis-à-vis l'ensemble, la progression enregistrée par nos exportateurs, inciterait à consicérer qu'un pourcentage de 5% serait tout de même plausible. Ce qui équivaudrait à 25 millions au lieu de 15 millions.

CHAPITRE II

CARACTERISTIQUES DU MARCHE DE L'AMEUBLEMENT DE MAISON

1. Approvisionnement en matières premières

L'importance des matières premières

Le coût des matières premières utilisées dans l'industrie des meubles de maison varie selon le type de produits, la gamme de prix de vente et le contenu design.

Les matières premières et fournitures utilisées dans l'industrie de l'ameublement de maison sont très variées. Elles comprennent les éléments suivants:

Bois sous différentes formes:

- bois de sciage brut ou raboté: bois résineux, feuillus et espèces exotiques
- placage: bois résineux et feuillus
- contre-plaqué: bois résineux et feuillus
- panneaux de particules plaqués
- panneaux durs
- panneaux de particules

Acier et autres métaux:

- feuilles et feuillards d'acier (ordinaires)
- feuilles et feuillards d'acier (galvanisés)
- acier et autres métaux fins: fils d'acier, ressorts et autres formes de métaux

- quincaillerie

- vernis, teintures, laques et gommes
  laques, peintures, émaux

- adhésifs de toutes sortes

- verre, vitre, miroirs

Matières à rembourrage:

- caoutchouc-mousse et éponge
- polyuréthane
- autres matières à rembourrage

Matières plastiques:

- pièces et éléments de plastique
- panneaux de plastique
- plastiques spongieux

Tissus:

- tissus pour meubles
- cuirs
- plastiques vinyliques
- tissus enduits de plastique

Le tableau qui suit fournit le pourcentage du coût des matières premières et fournitures par rapport à la valeur des livraisons de propre fabrication de 1970 à 1980 pour le Québec, l'Ontario et le Canada.

TABLEAU 2

INDUSTRIE DE L'AMEUBLEMENT DE MAISON

COUTS DES MATIERES ET FOURNITURES PAR RAPPORT A LA VALEUR DES LIVRAISONS CANADIENNES DE PROPRE FABRICATION

QUEBEC-ONTARIO-CANADA

1970 A 1980

%

ANNEES	QUEBEC	ONTARIO	CANADA
1970	46,7	46,5	52,4
1971	46,1	47,9	52,3
1972	48,1	49,0	48,4
1973	49,0	49,9	49,2
1974	48,7	51,9	50,4
1975	46,5	48,5	47,5
1976	46,8	50,2	48,4
1977	44,1	48,7	47,0
1978	46,8	47,8	47,4
1979	47,2	48,7	48,3
1980	46,1	48,8	46,6

Source: Statistique Canada, catalogue 35-211.

Le coût des matières et fournitures représente donc habituellement une proportion d'environ 48% de la valeur des expéditions.

L'utilisation des matières premières selon les sous-catégories

- L'industrie de l'ameublement de maison en métal

D'après les manufacturiers québécois, il ne semble pas exister de problème important à trouver les matières premières en qualité et en quantités suffisantes. Pour ce qui est de l'acier qui représente une bonne proportion des achats, la majorité des fabricants s'approvisionnent directement de Sidbec-Dosco. Le reste origine de fournisseurs locaux et il peut alors provenir du Québec, de l'Ontario ou des Etats-Unis. En résumé, abstraction faite de la fluctuation importante du prix de l'acier sur le marché mondial et de la difficulté de se procurer certains aciers spéciaux, l'industrie semble passablement se satisfaire de ses sources actuelles d'approvisionnement.

- L'industrie de l'ameublement de maison rembourré

D'abord, la structure du meuble rembourré fait habituellement appel à des bois que l'on retrouve en abondance au Québec comme le merisier et l'érable. Ces deux sortes de bois prédominent à cause de leur stabilité, leur perméabilité aux clous ainsi que leurs prix. La plus grande difficulté des manufacturiers de meubles rembourrés réside dans les tissus. C'est en effet par la qualité et le motif du tissu qu'un meuble acquiert une bonne partie de son apparence et de son originalité.

C'est pourquoi, les manufacturiers limitent grandement leur choix en s'approvisionnant sur place. Ceci est dû à l'importance relative de l'industrie du meuble rembourré au Québec dont les besoins limités ne justifient pas toujours une fabrication en série au Québec. Aussi, il n'est pas si étonnant de constater que la majorité des tissus utilisés proviennent de l'Ontario, des Etats-Unis et de l'Europe (surtout l'Italie).

- L'industrie de l'ameublement de maison en bois

Pour comprendre l'évolution de l'approvisionnement de la matière première essentielle de ce sous-secteur, il importe d'analyser le tableau suivant qui fournit une synthèse du volume des achats par l'industrie canadienne du meuble de maison dans chaque catégorie:

TABLEAU 3
INDUSTRIE DE L'AMEUBLEMENT DE MAISON
VALEUR DES ACHATS DE BOIS PAR CATEGORIES - CANADA
1970 A 1980
(000 000 $)

CATEGORIES	1970	1974	1978	1980
BOIS DE SCIAGE	22,0	53,5	58,3	84,1
PLACAGES	5,4	10,6	4,8	12,4
CONTRE-PLAQUES	6,0	9,9	10,4	9,4
PANNEAUX D'AGGLOMERES	1,6	4,3	5,5	15,0
PANNEAUX DURS	1,9	5,7	5,2	4,7
PANNEAUX DE PARTICULES	1,5	10,7	8,5	12,7

Source: Statistique Canada, catalogue 35-211.

Les bois de sciage

Les essences de bois les plus populaires sont, par ordre d'importance: l'érable, le merisier, le pin, le chêne, l'orme, le bouleau, le frêne, l'épinette, le hêtre et le cèdre. A l'occasion, on se sert aussi de tremble, de pacanier, de cerisier, de merisier, de noyer, de teck, d'acajou et de palissandre.

Toutes ces essences, bien qu'elles aient tendance à être remplacées de plus en plus par les panneaux, n'en continuent pas moins de connaître une certaine popularité auprès des manufacturiers. Ainsi, la valeur du bois de sciage accaparée par les manufacturiers canadiens d'ameublement de maison passait de 22 millions $ en 1970 à 84 millions $ en 1980.

Ce qui explique en partie du moins ce phénomène, c'est qu'une bonne partie de la structure des meubles continue d'être fabriquée à partir de bois massif et qu'un certain nombre de manufacturiers ont appris à fabriquer des meubles entièrement en bois massif, mais qui épousent des dimensions plus restreintes pour répondre à l'évolution récente des besoins du consommateur.

Cela a sûrement contribué à redonner au meuble en bois massif une vigueur nouvelle. Par contre, tout ce qui entre dans ce qu'on est convenu d'appeler "les panneaux" que ce soit des placages, des contre-plaqués, des panneaux d'agglomérés, des panneaux durs et des panneaux de particules a connu une croissance soutenue progressant de 16,4 millions $ à 54,2 millions $ au cours de la même période.

Il faudrait cependant se garder d'interpréter ces chiffres à la lettre, car ils ne tiennent compte que du coût des différents matériaux sans prendre en considération l'évolution des prix. Or, ces derniers ont évolué plus rapidement dans le cas du bois massif que dans le cas des panneaux.

Une étude prospective effectuée aux Etats-Unis nous fournit des indications plus précises quant à l'évolution prévisible basée sur les quantités plutôt que sur la valeur:

TABLEAU 4

INDUSTRIE DE L'AMEUBLEMENT DE MAISON AUX ETATS-UNIS

EVOLUTION DE L'UTILISATION DES PANNEAUX DE DIFFERENTES CATEGORIES

1963 A 1990

ITEM	1963/5	1966/8	1969/71	1972/4	1975/7	1983	1990
FBB Index Furn & Fix (67-100) mil ft2/index	87.7	102.9	112.9	137.3	130.6	179	218
Bldg Boards in furniture	1 920	2 280	2 877	3 425	3 730	4 865	5 990
Softwood Plywood	260	440	485	540	675	825	940
Hardwood Plywood	710	760	780	695	615	650	690
Particleboard	227	325	589	940	925	1 210	1 435
Hardboard	705	755	995	1 150	1 275	1 495	1 800
MDF - medium -density Fireboard	-	-	28	100	240	685	1 125

Source: Industry Study, Building Board Markets, Predicast Inc., page 117.

Les panneaux

La demande grandissante pour les panneaux reflète une substitution au bois naturel. Grosso modo, les principaux avantages se résument à peu près de la façon suivante: on estime à seulement 10% le pourcentage de rebuts provenant des panneaux, alors qu'il atteint 40% dans le cas du bois naturel; son prix est environ dix fois moins élevé que celui du bois de sciage; les recherches effectuées jusqu'à maintenant dans le domaine des panneaux ont été tellement couronnées de succès que leur imitation du bois naturel est frappante; et enfin, la grande qualité du panneau, c'est qu'il est beaucoup plus flexible que le bois naturel et il est reconnu que certaines formes courbes ne deviennent possibles qu'avec des panneaux de haute densité.

Mais ces résultats n'ont pas été le fruit du hasard. Car il y a eu plusieurs étapes dans l'évolution des panneaux. Le contre-plaqué fut le premier à pénétrer le marché manufacturier dans les années 50 et le début des années 60 surtout à cause de son coût relativement moindre par rapport au bois massif. Mais son utilisation demeure encore sporadique. Ce n'est qu'avec l'arrivée des panneaux de particules et des panneaux durs aux environs des années 1963-1965 que les panneaux ont commencé à s'accaparer une part importante du marché. Ils offraient outre l'avantage d'un coût encore plus bas, une plus grande résistance au gauchissement et une bonne performance au machinage. En outre, les propriétés physiques des panneaux de particules et des panneaux durs, comme la densité et la force, peuvent être mieux contrôlées en cours de fabrication que dans le cas des contre-plaqués. Enfin, les coupes exécutées sont plus nettes.

A compter de 1969, les panneaux de densité moyenne font leur apparition, mais ils viennent à peine d'atteindre une certaine vitesse de croisière. Leur coût est plus élevé que les panneaux de particules, mais cette différence est compensée par le fait que ces panneaux ne requièrent aucun procédé de finition sur leurs rives profilées.

Par ailleurs, selon une étude récente, la consommation québécoise de panneaux de densité moyenne est inférieure aux prévisions pour deux raisons surtout. D'abord à cause de l'éloignement des sources d'approvisionnement. En outre, au lieu de s'implanter comme panneau de placage à cause du panneau de particules, il ne s'est taillé une place que pour les chants.

En conséquence, ce type de panneaux n'est utilisé que pour les meubles de prix moyen et bas. Dans les meubles de meilleure qualité, il apparaît impossible de laisser les rives du panneau à densité moyenne à nu et à la place, on a l'habitude de se servir d'un renforcement de bois à construction et cinq plis. Ce renforcement des rives au bois massif est ainsi utilisé comme argument de vente pour donner l'impression d'un meuble en bois massif. Quoiqu'il en soit, selon les prévisions de l'étude de Predicasts, le panneau à densité moyenne est destiné à connaître un avenir très prometteur.

En définitive, il apparaît évident que les panneaux sous différentes formes et propriétés sont appelés à jouer un rôle de plus en plus important à mesure que le bois naturel est de plus en plus difficile à trouver et que son coût devient très élevé. Cependant, de par sa nature même, l'industrie de l'ameublement de maison conservera toujours ce besoin d'être le reflet de la main de l'artisan qui exige le bois véritable. Il y aura toujours des consommateurs qui l'exigeront.

Quant à la qualité de l'approvisionnement en panneaux, les plus couramment utilisés sont disponibles en quantité suffisante au Canada et aux Etats-Unis et de nombreux projets ont vu le jour ces dernières années. Cependant, dans le cas de certains panneaux possédant des qualités spécifiques, ils sont importés d'autres pays et les délais sont alors plus longs. C'est le cas par exemple des panneaux minces recherchés pour leur rigidité, qui proviennent de la Russie.

La provenance du bois sous toutes ses formes:

A) Sources locales

On a de tout temps, eu tendance à imaginer que les manufacturiers de meubles de maison du Québec possédaient un avantage marqué sur toutes les autres régions, étant donné l'abondance et la richesse des forêts du Québec. Or, est-il possible de s'approvisionner totalement sur place?

La réponse à cette question exige de nous pencher sur notre production, nos exportations et nos importations. Depuis plusieurs décennies, la production des sciages feuillus est d'environ 250 millions de pieds de mesure planche au Québec. Bien que la forêt québécoise se soit dégradée en bois durs, la production demeure toujours au même niveau, bien que la qualité diminue. La raison de cette situation est que les coupes dépassent la croissance naturelle des bois. Cela se traduit pas la diminution du volume de "commun meilleur" et l'augmentation du "2 et 3 commun".

Les essences que l'on retrouve sont principalement le merisier et l'érable. Le chêne, le hêtre, le frêne, l'orme et le bouleau existent, mais en quantité moins considérable.

On estime que 65% de notre production de bois durs est destiné au meuble. Ce qui représente un surplus de production par rapport à la consommation surtout depuis que le panneau de particules a remplacé le bois solide dans une proportion importante.

Par contre, sauf pour le tremble, nous constatons qu'il n'y a aucune politique significative de reboisement de feuillus au Québec. Il s'agit d'une entreprise à long terme, la période de maturation dépassant un siècle.

Dans le bois dur, il n'y a que deux provinces qui ont des exportations qui vaillent la peine d'être mentionnées: ce sont le Québec et l'Ontario. Si on utilise ces chiffres et que l'on attribue 60% à l'Ontario et 40% au Québec, on obtiendra une image assez fidèle de la réalité. Il importe de souligner que plus de 95% de ces exportations sont destinées aux Etats-Unis.

TABLEAU 5

INDUSTRIE DU BOIS DE SCIAGE

EVOLUTION DES EXPORTATIONS CANADIENNES DE BOIS DURS EN M.P.M.P.

1979 A 1981

ESSENCES	1979	1980	1981
Merisier total	21 745	14 827	14 338
Vers Etats-Unis	21 002	14 125	13 686
Erable total	35 337	36 772	29 568
Vers Etats-Unis	28 275	29 232	22 984
Autres bois durs n.d.a. total	44 103	53 745	44 861
Vers Etats-Unis	10 950	12 878	12 249
TOTAL	101 185	105 294	88 767

Source: Statistique Canada, catalogue 65-004.

B) Importations

Les importations de bois de sciage feuillus que nous avons en quantité au Québec (merisier et érable) sont à peu près nulles et ne sont pas mentionnées dans Statistique Canada, sauf sous la rubrique 331-29 autres feuillus n.d.a. Par contre, les essences

que nous n'avons pas ou peu au Québec, telles que le chêne, le frêne, le noyer et l'acajou proviennent de ces importations et particulièrement des Etats-Unis. Un exemple assez frappant concerne le pin. Nous produisons au Québec environ 150 sortes de pin. Cependant nos approvisionnements en pin blanc utilisables dans la fabrication du meuble (qu'on appelle dans l'industrie "furniture grade") diminuent constamment, de sorte qu'il n'en reste presque plus, nos forêts de pins ne s'étant pas régénérées. De nos jours, le pin est surtout importé de la région du Maine. Anciennement, on le retrouvait en abondance dans la région de l'Outaouais et au nord de Mont-Laurier.

Le tableau XIV illustre l'évolution de nos importations de bois durs.(21) Il ne tient pas compte de nos importations de billes. De 1975 à 1982, les importations canadiennes de bois durs sont passées de 114,9 à 157,3 millions de pieds mesure de planche. A remarquer que les importations ont atteint un sommet de 228,6 mille pieds mesure de planche en 1979 avant de connaître une période de décroissance jusqu'en 1982. Bien qu'il serait difficile de déterminer la proportion destinée à l'industrie du meuble au Québec, il est logique de penser que la majeure partie est destinée aux manufacturiers de meubles du Québec et de l'Ontario.

La provenance des panneaux de particules

Graduellement, les panneaux de particules servent de substituts au bois massif dans la fabrication de meubles. La production du Québec dans ce domaine est de beaucoup supérieure à la demande grâce à trois usines actuellement en opération.

(21) Voir Tableau XIV - Evolution des importations canadiennes de bois durs en mille pieds mesure planche - 1975 à 1982, page 195.

Panneaux à densité médium (MDF)

Aucune usine de panneaux à densité médium n'existe au Canada. Par contre, il y en a une qui devrait voir le jour au Québec.

Placages et contre-plaqués

L'implantation de nouvelles usines de déroulage au Québec a été stoppée par la rareté de billes de qualité "déroulage". Cette situation n'entraîne à peu près aucune conséquence négative sur l'industrie du meuble au Québec. La raison en est que jusqu'à maintenant, les contre-plaqués de bois solide ne trouvent pas d'utilisations dans le meuble. On se sert plutôt de panneaux de particules revêtus d'un placage de bois, de mélamine, de vinyle, de papier ou tout simplement de panneaux de particules imprimés à grains de bois.

Les placages de bois

La capacité de production des usines de placage de bois au Québec dépasse sensiblement la demande provinciale et l'excédent est acheminé en dehors du Québec. Au cours des dix dernières années, on a assisté à l'émergence de nombreuses usines qui sont en mesure de fournir non seulement les essences typiques du Québec, mais encore du chêne et un certain nombre d'essences importées; par exemple les essences exotiques.

Il importe de souligner en outre la mise au point d'une nouvelle technologie qui consiste à trancher les madriers de bois de sciage de haute qualité au lieu de trancher les billes. Une usine utilisant ce nouveau procédé est déjà en opération à Hull et une autre deviendra réalité sous peu. L'avantage de cette nouvelle méthode, c'est de permettre la naissance de placages de haute qualité et de varier le nombre d'essences pratiquement à l'infini.

Les placages de mélamine

Il s'agit de panneaux recouverts de mélamine aux couleurs solides ou de reproductions de grains de bois. Ce produit connaît une vogue grandissante au Québec.

Le principal avantage vient du fait qu'on peu se procurer des panneaux précoupés en composantes de meubles avec les bandes de chant déjà appliquées.

La sous-traitance

Par tradition, le manufacturier québécois de meubles a toujours eu tendance à fabriquer lui-même toutes les composantes qui entrent dans la fabrication de ses meubles. Les principales raisons invoquées tiennent habituellement d'un meilleur contrôle des normes de qualité, des délais de livraison et des coûts. Cependant, il serait pourtant possible de faire appel aux services de spécialistes capables de fournir à la fois les panneaux de bois solide et les composantes de bois durs.

Utilisée sur une plus grande échelle, la sous-traitance, si elle est utilisée rationnellement, aurait l'avantage d'augmenter la production et permettre au manufacturier de consacrer plus de temps et d'efforts à la conception et la mise en marché de ses produits.

Le phénomène des composantes de bois durs, jusqu'à maintenant a été surtout utilisé dans l'industrie des armoires de cuisine. Il importe de remarquer que la plus grosse usine en Amérique du Nord est au Québec.

2. Structure de la demande

De tout temps, le meuble de maison a toujours constitué un reflet fidèle du mode de vie des consommateurs. C'est pourquoi, chaque époque a donné naissance à des transformations génératrices de nouvelles tendances dans la fabrication, mais aussi dans la façon de concevoir l'ameublement.

A- Variables socio-économiques

Croissance du nombre de logements plus exigus

La hausse des coûts de construction née de l'inflation galopante ainsi que la diminution de l'espace disponible pour la construction de maisons unifamiliales (résultat de l'augmentation du coût des infrastructures et de la nécessité d'une utilisation plus rationnelle du territoire) a entraîné comme conséquence de faire diminuer les dimensions des logements et des maisons unifamiliales.

Une étude sur les tendances futures dans la construction d'habitations aboutit à la conclusion suivante: de 1976 à 1990, la proportion de maisons unifamiliales conventionnelles par rapport au nombre total de mises en chantier de logements résidentiels passera de 63% à 39%.(22) On y affirme aussi que l'évolution prévue de la taille des familles aura pour effet que les futurs ménages "demeureront plus longtemps en appartement".

Cette tendance a pour effet de favoriser l'éclosion de meubles aux dimensions plus restreintes et plus polyvalents de manière à répondre à des besoins différents selon qu'on les utilise dans une pièce ou dans une autre. Cependant il serait illusoire de conclure que tous les

---

(22) Evolution technologique possible d'ici 1990 dans la construction d'habitations et l'industrie des matériaux en bois, P.S. Ross & Associés, Industrie et Commerce Canada, Ottawa, 1976, page 8.

consommateurs sans exception vivent dans les mêmes conditions. Il subsiste quand même une proportion de gens qui habitent des maisons spacieuses ou des condominiums luxueux où la grandeur des pièces permet des meubles de dimensions considérables. En réalité, c'est un phénomène qui varie grandement d'une région à une autre et même d'une ville à une autre et il est important de ne jamais tenter de le cerner dans l'absolu.

Le consommateur est en mouvement perpétuel

Il fut un temps où la vie du consommateur était caractérisée par une très grande stabilité dans tous les domaines. A cette époque, les meubles de maison étaient d'abord et avant tout considérés comme un bien durable, comme le symbole de la pérennité des choses. Les meubles en bois massif de style plutôt traditionnel représentaient, à ce moment-là, un investissement sûr pour qui désirait se meubler pour la vie.

Mais depuis les dix dernières années surtout, on décèle une tendance grandissante chez le consommateur à devenir de plus en plus mobile. On retrouve d'abord cette propension au niveau du travail. L'évolution de la technologie et du mode de gestion des entreprises, surtout de moyenne et grande envergure, provoque de plus en plus de mouvements de personnel d'une ville à une autre, parfois même d'un pays à un autre. Cette situation va être amplifiée par un nouveau phénomène qui commence à poindre à l'horizon: la sécurité d'emploi, considérée pendant longtemps comme une valeur inaltérable, sera de plus en plus remise en question autant pour les employés du secteur public que pour ceux du secteur privé.

Cela influera grandement sur les déplacements de plus en plus fréquents et de moins en moins prévisibles. L'accroissement du chômage a souvent aussi pour effet d'obliger les familles à changer de logement plus souvent. Et surtout depuis la fin de l'année 80, le chômage chronique a forcé beaucoup de familles à vendre leur maison et à retourner à loyer.

Un autre facteur occasionne aussi des déplacements de plus en plus fréquents, c'est la tendance des jeunes à quitter le domicile familial pour s'installer en ménage. Il ne faut pas oublier que ce mouvement se produit aussi en sens inverse à cause de la prolifération du chômage qui frappe très durement les jeunes en particulier.

En outre, la famille elle-même, considérée jusque là comme l'exemple le plus éloquent de la stabilité de notre société, est aussi battue en brèche. Le taux de divorce va en s'accentuant amenant toute une série de déménagements en chaîne. L'étude de P.S. Ross & Associés caractérise ainsi l'évolution de la société vis-à-vis les valeurs traditionnelles du mariage et de la famille:

> "L'attitude envers le mariage continuera de changer durant la période envisagée. Le concept du mariage comme un engagement "à vie" sera remplacé par une union qui sera sujette à des ajustements et modifications continuels...Les contraintes sociales et administratives à l'égard du divorce diminueront. Ces tendances auront un effet significatif pour la formation de ménages avec et sans famille durant la période envisagée".(23)

(23) Evolution technologique possible d'ici 1990 dans la construction d'habitations et l'industrie des matériaux en bois, op. cit., page A-5.

Ce phénomène a contribué à créer une demande pour des meubles aux dimensions plus réduites en vue de maximiser l'espace disponible. C'est dans cette optique qu'ont été conçus les meubles modulaires, car ils permettent une adaptation à la mesure des dimensions des pièces d'un logement ou d'une maison et surtout de procéder facilement à des réaménagements au gré de l'évolution des besoins.

Cette exigence de rationaliser l'espace amène aussi la création de meubles plus fonctionnels et même de meubles pouvant répondre à plusieurs vocations différentes. L'étude de Ernst & Ernst résume ainsi les caractéristiques des meubles conçus en fonction des besoins issus de la restriction de l'espace:

> "Plus de meubles à multifonctions, modulaires, "extensibles", convertissables (exemple sofa converti en trois chaises, un seul module d'unité murale limitée dans ses utilisations, mais qui additionnée à plusieurs autres, peut devenir une bibliothèque, un cabinet pour stéréo, pour téléviseur, pour vidéo-cassettes, un bar, une commode, etc.)".(24)

Pour répondre à ces nouveaux besoins, on a dû créer des meubles plus flexibles, pouvant remplir de multiples fonctions et s'adapter à des environnement différents par rapport aux meubles traditionnels aux vocations plus clairement définies. Aussi, des meubles plus légers ont fait leur apparition, ils sont plus faciles à transporter et à entreposer et se prêtent plus facilement aux réagencements nés de l'évolution des besoins du consommateur.

---

(24) Marché du meuble de maison au Québec, évolution, tendances et stratégies de marketing, (Le), Ernst & Ernst, ministère de l'industrie et commerce du Québec, Québec, 1978, page 166.

En outre, le style même des meubles devient davantage tributaire de la réponse à des besoins immédiats que de sa durabilité. Si le mobilier de maison en bois massif de style traditionnel constituait, comme on l'affirmait communément "un excellent moyen de faire fructifier ses économies à long terme en se constituant un patrimoine de choix", le mobilier de style moderne se contente d'un cycle de vie moins long et se conçoit davantage comme une réponse à des besoins à court et à moyen terme.

Le consommateur éprouve de plus en plus de difficultés à planifier ses achats en fonction d'un horizon plus étendu dans le temps. Ainsi, l'étude de Ernst & Ernst affirme que "les meubles de style moderne et contemporain ont un cycle plus court (de 6-7 ans en moyenne) que les meubles de style traditionnel."(25)

Le nouveau mode de vie du consommateur a aussi entraîné la vogue grandissante pour les meubles démontables. Par rapport aux meubles traditionnels qui, au moment de leur achat chez le détaillant, sont prêts à être utilisés, ces meubles nouveau genre sont habituellement assemblés par le consommateur. L'entreposage pour le manufacturier et le détaillant est rendu plus facile et moins coûteux.

Malgré les progrès certains de ce type de meuble, il semble que le consommateur canadien et américain démontre plus de réticence à son utilisation immédiate sur une grande échelle que le consommateur européen.

Il appert que l'avènement des magasins à grande surface dans le genre d'IKEA contribuera à populariser plus rapidement ce concept de meubles en Amérique du Nord.

---

(25) Marché du meuble de maison au Québec, évolution, tendances et stratégies de marketing, (Le), op. cit., page 176.

Si en plus, ces meubles sont modulaires, ils ont l'avantage de pouvoir répondre, de façon passablement adéquate, aux exigences de flexibilité et de vocations multiples nécessitées par les changements de plus en plus nombreux qui affectent la vie du consommateur. Le dernier jalon dans le développement du meuble de type démontable est le meuble "en kit". Il existe peu de définitions précises de ce nouveau concept d'ameublement. Dans le numéro de février-mars 1983 de la revue Votre Maison, Henry de Lancesseur en donne une description très intéressante:

> "Le kit, un mot qui nous vient d'outre-manche et que les fabricants ont repris pour désigner tout ce qui se monte, s'assemble, sans outillage ou presque. Le prêt à monter connaît actuellement une grande vogue en décoration. Il permet un équipement modulaire, composable et évolutif à des prix très compétitifs. Le kit, c'est une nouvelle façon de se sentir bien chez soi, d'occuper ses moments de loisirs. C'est une nouvelle façon d'acheter également. Meubles et équipements divers sont vendus en pièces détachées, dans des conditionnements extra-plats, souvent prêts à emporter. Une notice de montage est jointe".(26)

L'influence de la mode

La remise en question des valeurs de notre société traditionnelle trouve aussi des échos dans la perception même que le consommateur entretient au sujet du meuble. Ce changement d'attitude est très bien défini dans le texte suivant:

---

(26) Kit dans la maison, (Le), Henry de Lancesseur, Votre Maison, Paris, février-mars 1983, no 210, page 52.

> "On commence à percevoir dans le marché l'influence de l'arrivée massive de nouveaux consommateurs plus riches, mieux informés, plus exigeants qui commencent à remettre en question la notion même de meuble et de son statut. Considéré jusqu'à maintenant comme un bien durable, conventionnel et essentiel, le meuble est en train, jusqu'à un certain point, de se transformer en un véritable bien de consommation subissant davantage l'influence de ce qu'on appelle la mode."(27)

Plusieurs indices témoignent de cette mutation. On peut d'abord souligner l'avènement de grands designers et décorateurs de réputation internationale dans l'industrie du meuble. En outre, cette transparence de la mode à travers le meuble est aussi le reflet de cette quête du changement qu'on expérimente dans beaucoup d'autres domaines et aussi de s'identifier à ce qui correspond à une certaine façon de se comporter pour être et rester à la page.

Ainsi le sigle distinctif de l'Association des fabricants de meubles du Québec: "le meuble, un mode de vie" épouse admirablement bien cette omniprésence de la mode dans le meuble: miroir de notre société en perpétuelle transformation. Une étude réalisée en 1977 par la revue Furniture & Furnishings auprès de plus de cent administrateurs de magasins à rayons, de chaînes de détaillants nationaux et de magasins spécialisés aux U.S.A. a confirmé les liens étroits qui unissent la mode et le comportement du consommateur d'aujourd'hui:

---

(27) Profil de l'industrie québécoise du meuble, André Taillefer et Douglas Barker, ministère de l'Industrie et Commerce du Québec, Direction générale de l'industrie, Québec, 1978, page 29.

> "59% des préférences du consommateur vont de plus en plus vers le style contemporain. De nouvelles façons de vivre se font jour et les consommateurs commencent à répondre plus rapidement aux changements de la mode; cela a pour conséquence de diviser le marché du meuble de maison en plusieurs segments selon les différents styles de vie."(28)

. Enfin, le décorateur-ensemblier prend de plus en plus de place dans l'industrie du meuble. Ainsi, on a vu naître des boutiques spécialisées, des services de décoration intérieure, etc. Un exemple très frappant de l'influence de la mode, c'est la création de certains meubles en rotin et, plus précisément, des meubles d'inspiration orientale.

Changements dans la pyramide des âges

La façon de vivre du consommateur et les liens étroits qui unissent le meuble à l'évolution de la mode constituent deux facteurs importants d'influence sur la conception des meubles. Les transformations dans les groupes d'âge prédominants jouent aussi un rôle marquant. Sur ce point, plusieurs études aboutissent sensiblement aux mêmes conclusions.

D'abord, Le Rapport du Comité d'étude sur le fonctionnement et l'évolution du commerce au Québec affirme que "les groupes d'âge 25 à 35 ans et 36 à 45 ans constituent peu importe le genre d'établissements de détail, plus de 60% de la clientèle".

Cette constatation est intéressante quand on considère que ces groupes d'âge représenteront des marchés-cibles de prédilection pour l'industrie du meuble au cours des prochaines années:

---

(28) It's showtime, Furniture & Furnishings, June 1977, page 254.

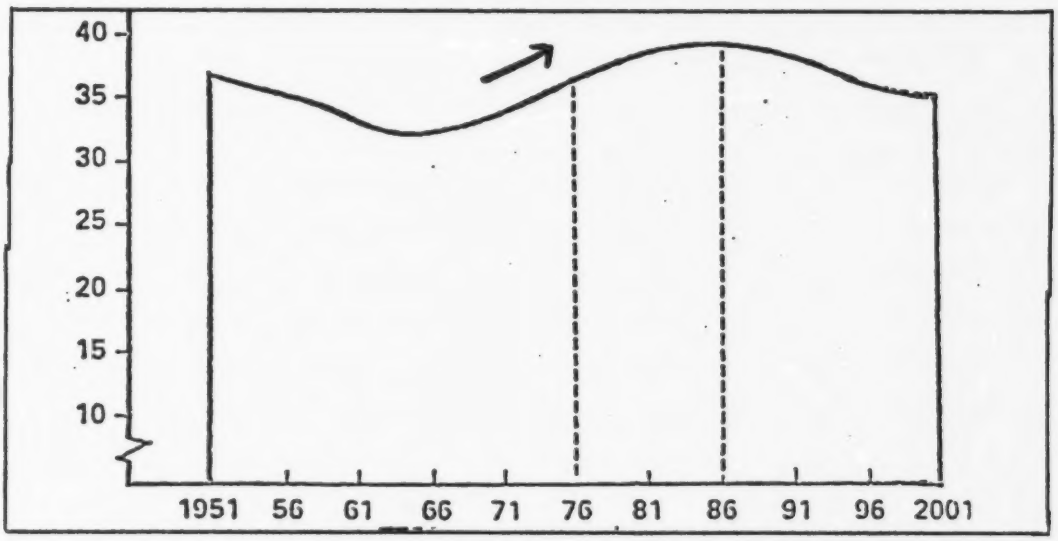
"Le groupe des personnes âgées de 20 à 35 ans, qui compte traditionnellement pour 39% des achats de meubles, sera le groupe qui augmentera le plus rapidement jusqu'en 1985 au Canada. A peu près la même situation se présente au Québec: au cours de la dernière décennie, les personnes âgées de 20 à 39 ans sont passées de 29,8% à 35,5% de la population de 1972 à 1982."(29)

Enfin, même au delà de l'année 1985, le groupe des 20 à 44 ans au Canada continue de demeurer prédominant. Comme le démontre le graphique suivant, après un sommet de près de 40% en 1986, les prévisions le situent encore à 35% en l'an 2001:

GRAPHIQUE I

PREVISION DE L'EVOLUTION DU GROUPE D'AGE

20-44 ANS EN % DE LA POPULATION TOTALE AU CANADA



Source: Association canadienne des fabricants de gros appareils ménagers, Toronto, Ontario, 1977.

(29) Comité d'étude sur le fonctionnement et l'évolution du commerce au Québec (CEFEQ), Examen et analyse du secteur meuble, appareils ménagers, radios et T.V., Ernst & Ernst, ministère de l'Industrie et Commerce du Québec, Québec, 1978, page 24.

Une étude plus récente parle de l'importance grandissante de la génération de 20 à 34 ans et de leur évolution vers une intégration éventuelle aux 30 à 45 ans dans les années à venir:

> "La génération issue du baby-boom qui est maintenant âgée de 20 à 34 ans comprend 6,5 millions de canadiens....Ce groupe est le plus important au pays et constitue 40% de la population active... Pendant les trente prochaines années, et plus particulièrement d'ici 1990, un bon nombre de ces canadiens intégreront le groupe des 30 à 45 ans et représenteront le marché le plus imposant pour la plupart des biens et des services."(30)

Beaucoup d'études ont démontré aussi le caractère original des besoins de la jeune génération. Entre autres, on a constaté que, dans ses achats, elle recherche le meilleur rapport qualité-prix et un meuble qui est destiné à durer. Lyne Darby, coordonnatrice nationale de la mode des magasins Eaton, affirme au sujet du style de meuble rembourré que les jeunes achètent le plus souvent:

> "Ils ne sont pas seulement intéressés aux meubles rembourrés durables, mais au style. Ils aspirent à l'endroit où ils vivront plus tard. Ils peuvent se contenter pour l'instant de vivre en appartement, mais ils pensent aussi au jour où ils vivront dans leur maison. Ils sont plus flexibles que leurs parents."(31)

---

(30) Clientèle de demain au Canada, 1983, (La), Woods Gordon, Montréal, 1983, page 10.

(31) Marché du meuble de maison au Québec, évolution, tendances et stratégies de marketing, (Le), op. cit., page 149.

Cependant, il ne faudrait pas oublier que ce facteur ne peut agir avec autant d'intensité que si d'autres éléments continuent d'être favorables comme le revenu, la situation de l'emploi, la construction résidentielle, etc.

La construction résidentielle

Une relation encore plus intime existe entre les achats de meubles par le consommateur et le niveau d'activité de la construction résidentielle. C'est ainsi que le fléchissement dans la demande canadienne globale d'ameublement de maison en 1970 et en 1975 correspondait à des années où le nombre de mises en chantier a connu une baisse appréciable de 10,2% et de 16%. La même situation prévalant au niveau canadien exerce son influence aussi au Québec. Ainsi, en 1975, le Canada a connu une baisse de ses livraisons de propre fabrication d'ameublement de maison de 2%, le Québec de 6% et l'Ontario de 3,9%.

Après une année record en 1976, les mises en chantier ont baissé considérablement passant de 57 580 à seulement 29 186 de 1977 à 1980.

Mais il n'y a pas toujours une relation parfaitement linéaire entre l'état de la construction résidentielle et la demande pour l'ameublement. L'année 1977 au Québec marque un fléchissement dans les expéditions. Cependant, en 1978 et 1979, les hausses sont de 18,3% et 20,8% pendant que l'année 80 demeure au même niveau que l'année 1979. Pourtant, les mises en chantier n'ont pas cessé de décroître au cours de cette période.

Deux facteurs principaux peuvent rendre compte de ce phénomène.
D'abord, il ne faut pas oublier que bien qu'un bon nombre de meubles soient achetés lors de la première occupation d'un logement ou d'une maison, il subsiste aussi des consommateurs pour acheter des meubles pour remplacer leurs anciens meubles à l'occasion d'un réaménagement d'un appartement ou d'une maison:

> "Une autre théorie voudrait qu'en dépit d'un ralentissement dans la construction résidentielle, le meuble se vende du fait qu'on choisira de redécorer, croit-on faute de changer d'environnement d'une autre façon."(32)

Cette tendance est d'ailleurs amplifiée par l'évolution du mode de vie du consommateur qui devient plus mobile, donc a besoin de meubles plus souvent à mesure qu'il change d'environnement.

Mais il n'y a pas que le niveau de la construction résidentielle qui importe, mais aussi les tendances dans les coûts. La hausse des taux d'intérêt en 1982 surtout a certes contribué à faire monter la part du budget consacrée à l'habitation et grever d'autant celle réservée à l'ameublement. Mais tous ces facteurs sont interreliés, puisque la hausse des taux d'intérêt a aussi contribué à faire chuter le taux de construction de nouveaux logements.

Il apparaît intéressant de souligner que la reprise de 1983 dans le meuble a coïncidé aussi avec une reprise notable dans les mises en chantier et dans toute l'industrie de la construction.

Dans ses prévisions pour 84-85, la revue Commerce établit un lien très net entre mises en chantier et ventes de meubles et d'appareils ménagers:

> "La construction résidentielle progressera à nouveau en 1984 et 1985. Pendant cette période, les mises en chantier devraient s'établir en moyenne à près de 185 000 unités.

---

(32) Le point, numéro spécial, Commerce, Montréal, février 1983, page 10.

> Les ventes de meubles et d'appareils électriques devraient donc afficher une bonne tenue pendant toute l'année 1985. En volume, les achats de biens de consommation durables ressortiront en hausse de près de 8% par année en 84 et 85."(33)

Le revenu personnel

L'ACHAT DE MEUBLES VS LE REVENU

REVENU DISPONIBLE

DEPENSES ESSENTIELLES	REVENU DISCRETIONNAIRE
- nourriture	- meubles - remplacement
- vêtement	- (2e et 3e achat)
- logement	- loisirs
- achat de certains biens durables	- vacances
. meubles - 1er achat	- voiture
. appareils électro-ménagers	- maison
. etc.	

Il faut d'abord se rappeler qu'en général, le consommateur est porté à satisfaire d'abord ses besoins primaires comme se nourrir, se vêtir, se loger. Dans les pays industrialisés, les dépenses essentielles incluent aussi l'achat de certains biens durables parmi lesquels on peut compter le premier achat de meubles et d'appareils électro-ménagers et beaucoup d'autres biens durables et non durables.

---

(33) Le point, numéro spécial, Commerce, Montréal, février 1984, page 30.

Or on estime que les deux-tiers des achats effectués par les consommateurs représentent des achats de meubles de remplacement et de redécoration ou d'une première acquisition de meubles d'appoint. Ce qu'on appelle communément "meubles d'appoint" comprend surtout les tables occasionnelles et aussi les systèmes muraux qui acquièrent de plus en plus de popularité auprès du consommateur. A cela, on pourrait ajouter les bahuts, les vaisseliers et les encoignures lorsqu'ils ne font pas déjà partie du mobilier du début.

Par contre, le premier tiers correspond à des achats de meubles considérés comme essentiels tels que ceux qui sont requis pour meubler un premier logement ou une première maison. C'est donc dire qu'une bonne partie des achats de meubles est fonction du revenu discrétionnaire du consommateur et que sa décision d'acheter entre en concurrence avec les loisirs, les vacances, la nouvelle voiture, etc.

Deux variables exercent une influence sur la demande de meubles de remplacement: la grande mobilité du consommateur aussi bien au plan local, provincial que national et les besoins suscités par une nouvelle décoration ou un nouvel aménagement des logements. A ce sujet, il est intéressant de faire état des conclusions d'une enquête effectuée aux Etats-Unis sur la durée de vie moyenne des meubles selon les principales catégories:

- meubles de chambre à coucher : 15 ans
- meubles de salle à manger : 12,5 ans
- meubles de cuisine : 12,5 ans
- meubles de salon : 5 ans
- meubles de salle de jeu : 6,5 ans[34]

(34) Marché du meuble de maison au Québec, évolution, tendances et stratégies de marketing, (Le), op. cit., page 176.

Bien que nous ne possédions pas de telles données pour le Canada et le Québec, il semble que les résultats seraient à peu près identiques. En outre, il semblerait que les cycles de consommation aient tendance à raccourcir. Cela impose donc au fabricant, s'il veut s'adapter à ce nouveau contexte, de mettre l'accent "sur la fonction et l'apparence plutôt que sur la qualité et la durabilité".

Le double salaire

Un autre phénomène qui a fait sentir sa présence au cours des dernières années exerce une influence positive sur la croissance de la demande de meubles, c'est le double salaire. Jusqu'à la crise économique actuelle, on constatait un accroissement très net du nombre de femmes qui retournaient au travail ou entreprenaient de nouvelles études pour s'y préparer.

Il est évident que, sur une grande échelle, cela exerçait un effet positif sur le pouvoir d'achat des familles. Cependant, avec le chômage accru qui ne semble pas vouloir ralentir à court terme, il est à prévoir que l'achat de meubles qui pouvait en résulter sera de moins en moins important à mesure qu'il frappera un des deux conjoints habituellement au travail.

Critères d'achat des consommateurs

En vue d'analyser l'évolution du comportement du consommateur canadien, l'Association des fabricants de meubles du Québec, en 1980, a décidé de lancer une série de sondages auprès des visiteurs des Salons du meuble à travers le Canada dont l'objectif se définissait comme suit:

> "Capter de façon plus précise les goûts et affinités des consommateurs."(35)

(35) Sondage auprès des consommateurs de Montréal, Francine Jones, Salon du meuble de Montréal, Association des fabricants de meubles du Québec, 1980, préface, page 1.

On précise aussi qu'il s'agit d'un guide à l'intention des fabricants et détaillants "qui s'intéressent aux tendances du marché dans une région donnée".

Il faudrait se garder d'interpréter ces résultats à la lettre. Ne prétendant nullement à une parfaite rigueur scientifique, ils se veulent davantage des points de repère sur les tendances actuelles et futures du comportement du consommateur canadien dans ses achats d'ameublement de maison. L'analyse qui suit est basée sur les sondages effectués au cours de l'année 1982.

B- Salon du meuble de Montréal - juin 1982

Echantillon

Les consommateurs interrogés au Salon du meuble de Montréal de juin 1982 étaient au nombre de 219 dont 112 femmes et 107 hommes. Dans les deux cas, les personnes mariées dominaient dans une proportion de 59%.(36)

Un des facteurs déterminants dans l'achat de meubles consiste dans le groupe d'âge auquel appartient le consommateur. C'est pourquoi le sondage s'est intéressé de près à ce facteur. La catégorie d'âge qui comporte le plus grand nombre de répondants est celle de 20 à 29 ans autant chez les hommes (36%) que chez les femmes (41%). Par contre, pour le deuxième groupe d'âge en importance, les 40 ans et plus représentent 36% des femmes tandis que les 30 à 39 ans accaparent 32% des hommes.

(36) Voir Tableau XV - Salon du meuble de Montréal - Sondage auprès des consommateurs - Echantillon - juin 1982, page 196.

C'est donc dire que les femmes de l'échantillon sont légèrement plus âgées que les hommes. La même constante se vérifie lorsqu'on fait le départage entre femmes mariées et femmes célibataires. Quant aux hommes, les célibataires sont plus nombreux dans les groupes de 20 à 29 ans (62%) et de 30 à 39 ans (16%), mais les hommes mariés sont légèrement plus âgés avec 45,7% dans le groupe de 30 à 39 ans et 37% dans le groupe de 40 ans et plus.

Enfin, environ la moitié des personnes interrogées déclarent avoir déjà visité le Salon au cours des années passées avec un taux de participation légèrement supérieur chez les hommes. Plus de 56% avouent visiter le Salon en vue de trouver un meuble en particulier. Environ 28% ont l'intention de dépenser 3 000,00 $ au cours de la prochaine année pour se procurer des meubles de maison.

Critères d'achat des consommateurs

Les consommateurs interrogés devaient exprimer leur préférence parmi les cinq critères suivants: l'originalité du design, la durabilité, la couleur, le prix et le confort.

Phénomène assez surprenant, le premier critère d'achat des meubles de maison est le confort, alors que la popularité grandissante du style moderne semblait disposer naturellement le consommateur à choisir l'originalité du design.(37)

La durabilité se classe au deuxième rang. Le consommateur étant de plus en plus renseigné, il est normal qu'il désire en obtenir davantage pour son argent.

---

(37) Voir Tableau XVI - Salon du meuble de Montréal - Critères d'achat des consommateurs - juin 1982, page 197.

Ensuite, l'originalité du design intervient suivant de près la qualité de la fabrication. Pour les trois critères fondamentaux, les hommes et les femmes s'accordent presque sur toute la ligne, sauf que les femmes confèrent à la couleur le même niveau de préférence qu'à l'originalité du design.

Le quatrième critère est constitué par la couleur pour les deux groupes. Enfin, un autre élément de surprise concerne le prix. En cette époque de crise économique on s'attendait à ce que le prix joue un rôle capital. Pourtant, il ne fait sentir sa présence qu'à la fin des préférences du consommateur.

C- Salon du meuble de Toronto - janvier 1982

Echantillon

Contrairement au sondage du Salon du meuble de Montréal où un plus grand nombre de femmes ont participé, un nombre égal d'hommes et de femmes ont joué ce rôle à celui du Salon du meuble de Toronto, soit 96, pour un total de 192. Les célibataires continuent d'être en minorité avec 20% des hommes et 41% des femmes.(38) Comme au Salon du meuble de Montéal, le groupe de 20 à 29 ans intègre la plus grande partie des répondants: 38% des femmes et 46% des hommes. La même similitude se retrouve lorsqu'on détermine le deuxième groupe d'âge. Pour les femmes, c'est celui des 40 ans et plus et pour les hommes, c'est celui des 30 à 39 ans.

(38) Voir Tableau XVII - Salon du meuble de Toronto - Sondage auprès des consommateurs - Echantillon - janvier 1982, page 198.

Une des seules différences dans les caractéristiques de cet échantillon et celui de Montréal, c'est que, bien que les célibataires se recrutent surtout dans le groupe de 20 à 29 ans (30%), il y en a près de 10% dans les deux groupes plus âgés. Quant aux femmes célibataires, elles se recrutent dans les groupes de 0 à 19 ans, 20 à 29 ans et 30 à 39 ans tandis que les femmes mariées augmentent dans les deux catégories 30 à 39 ans et 40 et plus.

Le taux de participation dans les années antérieures est légèrement inférieur à celui de Montréal: seulement 38,5% des femmes et 27% des hommes affirment avoir fréquenté ce Salon dans le passé.

Appelés à définir l'objectif de leur visite au Salon, 55% des hommes et 66% des femmes affirment leur intention de se procurer un meuble. Pour ce faire, 37% disposent d'un budget de 1 000,00 $ à 3 000,00 $, 34% de 3 000,00 $ et plus et 25% jusqu'à 10 000,00 $.

Critères d'achats des consommateurs

Comme les consommateurs de Montréal, ceux de Toronto expriment une prédilection marquée pour le confort. Mais par la suite, il existe davantage d'écarts entre le choix des femmes et celui des hommes. Les femmes, par exemple, situent la durabilité sur un même pied d'égalité que le confort. La même situation se produit pour la couleur et l'originalité du design qui se classent aussi au même rang. Les hommes, pour leur part, développent un jugement plus tranché: la durabilité intervient après le confort. Le troisième critère est constitué par l'originalité du design suivi de la couleur.

Le prix est de nouveau relégué au dernier rang et c'est le seul motif d'achat qui fait l'unanimité de l'homme et de la femme.

D- Salon du meuble de Calgary - mai 1982

Echantillon

Un troisième sondage a été effectué auprès de 246 consommateurs de Calgary. Il s'agit de l'échantillon le plus considérable des trois. On a fait appel à 127 femmes et 117 hommes. Les personnes mariées constituent, de loin, la majorité, 73% des femmes et 79% des hommes. On a constaté que, dans le sondage de Montréal et Toronto, les groupes d'âge des personnes faisant l'objet de l'enquête, se recrutaient principalement dans les 20 à 29 ans et, dans le cas des hommes, le groupe de 30 à 39 ans se situait en deuxième position.(39)

Les consommateurs de Calgary étaient plus âgés, alors que 48% des femmes et 43% des hommes appartenaient à la catégorie de 40 ans et plus. Ensuite, autant chez les hommes que chez les femmes, les 20 à 29 ans sont plus nombreux que les 30 à 39 ans. Une constante se vérifie de nouveau à Calgary. Les célibataires ont tendance à être moins âgés en moyenne que les personnes mariées, 45% des femmes et 48% des hommes célibataires ont entre 20 et 29 ans. Par contre, 41% des femmes et 42,5% des hommes mariés sont âgés de 40 ans et plus.

Le nombre de personnes qui avaient déjà visité un tel salon auparavant est le plus faible des trois, soit seulement 15,7% des femmes et 15,1% des hommes. Ce phénomène s'explique peut-être par le fait que le Salon de Calgary est le plus jeune des trois qu'il est normal que les gens aient eu moins de chances d'y participer. 53% des femmes et 48,7% des hommes ont affirmé que leur visite du Salon entretenait comme objectif de se procurer un meuble en particulier. Sur ce nombre, environ 25% l'ont trouvé sur place.

Quant au montant qu'ils se proposent d'investir sur des meubles de maison au cours de la prochaine année, 39% désirent y consacrer de 1 000,00 $ à 3 000,00 $, 42,5% de 0 à 1 000,00 $ et 28% plus de 3 000,00 $. Ces proportions sont à peu près identiques à celles constatées lors des deux autres salons.

---

(39) Voir Tableau XVIII - Salon du meuble de Calgary - Sondage auprès des consommateurs - Echantillon - mai 82, page 199.

Critères d'achat des consommateurs

Ce qui contraste dans les résultats du sondage auprès des consommateurs de Calgary, c'est que les préférences des hommes et des femmes sont dirigées exactement dans le même sens. Pour Toronto et Montréal, les divergences sont plus profondes.

Les trois s'orientent selon l'ordre d'importance suivant: d'abord le confort suivant en cela la tendance observée à Montréal et à Toronto, la durabilité suit de très près. C'est donc un indice que le consommateur au delà de l'aspect strictement ergonomique, exige que le meuble soit de qualité.

Il importe de souligner que la couleur accapare le troisième rang et qu'elle exerce sa primauté sur l'originalité du design. Enfin, le prix est de nouveau relégué au dernier rang des préoccupations du consommateur.

E- L'évolution dans les préférences du consommateur pour les styles

Pour embrasser les vraies dimensions de l'évolution des goûts du consommateur vis-à-vis les différents styles de meubles, il importe de revenir en arrière. D'abord, selon l'enquête du MIC de 1972, le marché des meubles de style moderne et contemporain commence à gruger graduellement dans la chasse-gardée des meubles de style traditionnel.

Cela se traduit d'abord par une "forte pénétration du style moderne dans les meubles de chambre à coucher pour enfants". Les meubles de salon et de chambre à coucher pour adultes, pour leur part, adoptent à peu près, à proportions égales, le style contemporain et moderne.

Par contre, dans les salles à manger, on a l'habitude de demeurer davantage attaché au style traditionnel de sorte que le marché se divise à peu près également entre le style traditionnel et le style moderne et contemporain. La même étude révèle déjà que les meubles modernes obtiennent davantage la faveur des francophones que des anglophones.

Un sondage de Maclean-Hunter en 1977 auprès des consommateurs canadiens comportait des questions plus précises sur les styles traditionnels en ce qu'il réservait une question séparée pour les meubles de style colonial qui étaient les plus populaires de cette catégorie. Une des constatations plus intéressantes de cette étude, c'est qu'elle conclut à un regain de popularité du style colonial au Québec. Cependant, les styles moderne et contemporain semblent se maintenir. Un autre élément qui ressort avec évidence, c'est le peu de connaissance du consommateur des différents styles de meubles.

Ce phénomène a d'ailleurs été mis en exergue dans de nombreuses études. A ce sujet, on retrouve cette opinion un peu sévère, mais qui n'est peut-être pas tellement loin de la réalité même en 1984:

> "Tout le monde, non seulement le consommateur, confond toute cette question."(40)

Mais on y ajoute que le consommateur est porté à connaître les styles les plus populaires, par exemple le colonial, et à ne pas s'intéresser aux autres.

Une enquête à peu près similaire au cours de la même année auprès des fabricants et intermédiaires américains a abouti à des conclusions assez semblables. Le marché continuerait à être partagé entre le style contemporain/moderne et traditionnel, bien que le style contemporain soit promis à une croissance plus rapide. Parmi les styles les plus en vogue, on note le colonial/Early American, le Country English et l'oriental. Dans les meubles de style moderne/contemporain, ce sont les mobiliers modulaires qui remportent la palme.

---

(40) Marché du meuble de maison au Québec, évolution, tendances et stratégies de marketing, (Le), op. cit. page 198.

Une autre méthode pour connaître les nouvelles tendances du marché des meubles aux U.S.A. consiste à analyser les styles les plus populaires au Southern Furniture Market de High Point, Caroline du Nord, reconnue comme la véritable mecque du meuble international. Ainsi de 1975 à 1978, on a confirmé la croissance lente, mais soutenue du style moderne-contemporain. Il faut cependant émettre une pause pour 1977 à cause de l'arrivée en force des meubles de style "Country English".

Cependant, il importe de souligner, de façon générale, les tendances récentes. C'est ainsi que la revue Furniture Today, dans son édition du 30 avril 1984 à l'occasion du dernier Salon de Hight Point, a tenté de déterminer certains indices à ce sujet. Ce qui ressort de cette analyse, c'est que les mobiliers de salle à dîner continuent de privilégier le style traditionnel. C'est ainsi qu'on peut retrouver des ensembles laqués aussi bien dans des ensembles de style moderne que dans ceux de style plus conventionnel.

Au point de vue couleurs, on note une grande popularité de l'amande, du noir et du gris et des couleurs pastels. En outre, l'accent est aussi mis sur les meubles à multiples fonctions et qui maximisent l'espace disponible.

Un autre phénomène aussi fait son chemin: c'est la prolifération des systèmes muraux dont la croissance est parmi les plus fortes de l'industrie, leur principal avantage étant de pouvoir épouser à peu près tous les styles.

Le style ancien québécois

Il est très difficile de cerner ce qu'on doit entendre par ce style, car il recouvre des notions très floues, pour ne pas dire contradictoires. On va même jusqu'à dire que ce style d'inspiration française a complètement disparu et qu'il reste à inventer. C'est peut-être qu'on a une conception un peu trop puriste de cette réalité. Quoiqu'il en soit, la meilleure définition semble être celle d'un décorateur-ensemblier:

> "Le style québécois est un style d'inspiration française, principalement de la province, rustique et avec une touche locale."(41)

L'analyse la plus récente de l'évolution des tendances du consommateur pour les styles nous est fournie par les sondages de l'A.F.M.Q. mentionnés précédemment.

Une des révélations les plus intéressantes de ce sondage se retrouve en réponse à la question suivante:

> "Quel style et genre d'ameublement préférez-vous pour les pièces suivantes?"

Ce qui frappe à première vue, c'est la confirmation des tendances des enquêtes précédentes qui prévoyaient une progression élevée des meubles de style moderne et contemporain. Les préférences des consommateurs de Montréal vont nettement vers ce style. Dans le cas des femmes, le pourcentage moyen est de 55% avec un sommet de 61% dans le cas des meubles de cuisine et un plancher de 47% dans les meubles de salle à dîner.

Les hommes manifestent aussi leur préférence pour ce style de meubles dans une proportion légèrement inférieure avec 51,2%. Le bureau/étude obtient le plus fort pourcentage avec 57,6% et le mobilier de salle à dîner le plus faible avec 36,8%. Phénomène digne de mention: chez l'homme et chez la femme, la salle à dîner est la dernière pièce destinée à être meublée en moderne et en contemporain.

Les autres choix du consommateur se partagent presque également entre le style rustique (constitué des styles colonial, Early American et canadien) et le style traditionnel (espagnol, méditerranéen, classique américain et anglais). Ces deux catégories détiennent 20% et 16% respectivement des faveurs des consommateurs.

---

(41) Marché du meuble de maison au Québec, évolution, tendances et stratégies de marketing, (le), op. cit. page 198.

De nouveau, le style moderne et contemporain se classe bon premier dans le choix du consommateur mais dans une proportion légèrement inférieure dans le sondage de Toronto par rapport à celui de Montréal: dans le cas des hommes, il s'agit de 47% en comparaison de 51,2% et dans le cas des femmes, 46% en comparaison de 55%.(42)

La femme préfère le style moderne et contemporain surtout dans la salle de jeu (59,4%). Mais la salle à dîner constitue, selon elle, la dernière pièce à décorer avec des meubles d'un tel style.

L'homme, pour sa part, préfère la cuisine en style moderne et contemporain dans une proportion de 62,5% alors que la femme ne privilégie ce style que dans une proportion de 33,3%. C'est un phénomène identique à celui constaté au Salon du meuble de Montréal.

Là où un décalage assez net s'effectue, c'est au niveau du deuxième choix du style de meubles. Le consommateur montréalais se laissait d'abord tenter par le style rustique avant le style traditionnel. Le consommateur ontarien agit en sens inverse. Le style traditionnel s'accapare 25% du marché et le style rustique 19% seulement. On peut remarquer que les femmes ont tendance à démontrer un écart de préférence plus prononcé entre le style traditionnel (25,4%) et le style rustique (17,7%) que l'homme. Ce dernier préfère le traditionnel à 23,6% et le rustique à 19,4%.

Le style moderne et contemporain marque sa préséance une fois de plus à Calgary. Mais ce choix est encore moins prépondérant qu'à Montréal et Toronto: seulement 36,3% des femmes et 41,5% des hommes. Ce style autant chez l'homme que chez la femme devrait être privilégié dans l'ameublement de la cuisine. Cependant, la pièce où ce style n'a pas sa place, c'est la salle à dîner. C'est d'ailleurs un des seuls points où l'unanimité est totale d'un sondage à l'autre.

---

(42) Voir Tableau XIX - Résultats comparatifs des préférences des consommateurs pour divers styles de meubles à Montréal, Toronto et Calgary - 1980 à 1984, page 200.

Il existe une similitude assez frappante au niveau du deuxième choix du style entre Toronto et Calgary. Dans les deux cas, c'est le style traditionnel qui prend le pas sur le style rustique. Les consommateurs de Calgary, cependant, affirment leur préférence pour le style traditionnel dans une proportion de 28% par rapport à 25% pour ceux de Toronto. Le style rustique occupe aussi une place plus importante avec 23% par comparaison avec 19% seulement. La salle à dîner exige le style traditionnel tandis que la salle de jeux représente la pièce qui s'accomode le moins bien de ce genre de style. Quant au style rustique, selon la femme, il conviendrait le mieux dans le bureau-étude et le moins bien dans le salon.

L'homme, pour sa part, envisage le style rustique dans la chambre des maîtres et le déconseille dans la chambre des enfants.

F- Les finis de meubles

Les consommateurs interrogés lors des sondages de l'A.F.M.Q. devaient aussi se prononcer sur le genre de fini qui leur plaisait davantage. Dans le cas des consommateurs de meubles en bois, c'est le fini naturel moyen qui remporte la palme et ce, autant chez les hommes que chez les femmes. Ensuite, le fini naturel clair confirme bien cette affirmation maintes fois prononcée par les manufacturiers québécois que les consommateurs d'ici ont tendance à préférer le bois le plus près possible de sa couleur naturelle. Le fini naturel foncé n'intervient qu'en troisième lieu. Les femmes confèrent plus d'importance au fini miroir ou très lustré que l'homme qui le situe sur le même pied que le fini acrylique teinté ou coloré.

L'évolution des choix des finis métalliques par ordre de préséance sont le laiton (fini doré) et le cuivre autant pour les hommes que pour les femmes. Le chrome (fini argenté) vient ensuite sur le même pied que le métal argenté chez les femmes. Par contre, l'homme affirme la priorité du chrome sur le métal antique. Le fini fer forgé (noir) se classe loin derrière les autres finis.

Les tissus de rembourrage ont aussi fait l'objet d'une recherche. Ici le choix est très net au niveau du premier critère. Ce sont les tissus de couleurs unis suivis à peu près sur le même pied des tissus rayés, fleuris et les finis aux formes géométriques.

Le consommateur torontois n'éprouve pas tout à fait les mêmes besoins que celui de Montréal vis-à-vis le fini de ses meubles en bois. Le premier choix est identique: le fini naturel moyen. Mais le deuxième est différent, c'est le fini naturel foncé. Cela confirme aussi une opinion répandue dans l'industrie que les anglophones sont portés à préférer les meubles plus foncés que les francophones. En troisième lieu, il y a le fini naturel clair suivi du fini miroir ou très lustré. Pour ce qui est des finis métalliques, nous retrouvons exactement les mêmes résultats que lors du Salon du meuble de Montréal. Les tissus de rembourrage démontrent aussi, à peu de choses près, les mêmes tendances.

Les trois sondages sont assez révélateurs au chapitre des préférences des consommateurs selon les grandes régions du Canada. C'est ainsi qu'il n'est pas tellement surprenant de constater que c'est le fini bois naturel foncé qui prévaut à Calgary. C'est d'ailleurs la raison pour laquelle les manufacturiers québécois ont pris l'habitude de fabriquer des meubles au fini clair pour le Québec et au fini foncé pour l'Ouest canadien.

L'ordre des choix subséquents confirme cette tendance. En effet, le fini bois naturel foncé est suivi du fini bois naturel moyen et chez la femme, le fini très lustré précède même le fini bois naturel clair qui se classe en dernier. L'homme aime mieux le fini bois naturel clair au fini très lustré, mais la différence est minime.

Seul le premier choix des finis métalliques se comporte de la même façon que lors des sondages de Montréal et Toronto: il s'agit du fini laiton. La femme exprime ensuite sa prédilection pour le fini métal antique, le fini cuivre, le fini chrome et le fini fer forgé. On peut faire remarquer ici que c'est la première fois que le fini métal antique obtient une telle faveur confirmant l'attirance des consommateurs de l'Ouest

pour le meuble foncé. L'homme exprime des goûts légèrement distincts en montrant son attirance, par ordre d'importance, pour le fini cuivre, le fini métal antique et le fini chrome.

Enfin, les tissus de rembourrage les plus populaires continuent d'être les tissus aux couleurs unies, ensuite les tissus fleuris, les formes géométriques, les tissus rayés et les tissus quadrillés.

G- La provenance géographique des meubles versus leur qualité et leurs techniques de fabrication

Trois questions ont tenté d'évaluer la perception du consommateur vis-à-vis le pays d'origine du meuble qu'il achète. D'abord, le consommateur montréalais ne semble pas attacher une importance capitale à l'endroit où le meuble a été fabriqué, la réponse à cette question se situant au dessous de la moyenne. Ceci tendrait à confirmer l'ignorance du consommateur vis-à-vis le manufacturier.

S'il ne connaît pas beaucoup le manufacturier, comment pourrait-il s'intéresser à sa provenance? Cependant, lorsqu'il est appelé à juger de la qualité du meuble fabriqué au Canada par rapport au meuble importé, paradoxalement, c'est le meuble canadien qui est doté de la meilleure réputation suivi dans le cas de la femme, par le meuble américain et dans le cas de l'homme, par le meuble européen.

D'abord le consommateur torontois ne tient pas plus compte de la provenance géographique du meuble qu'il achète. Contrairement aux montréalais, les torontois considèrent la qualité du meuble fabriqué au Canada et en Europe à peu près sur le même pied. Quant au meuble américain, il serait doté d'une qualité légèrement inférieure.

Enfin, une autre constante se dégage de cette enquête, le consommateur de Calgary, pas plus que celui de Montréal et de Toronto, ne semble attacher une importance primordiale à l'origine du meuble dans sa décision d'achat.

En outre, il juge tout comme celui de Toronto, que les meubles canadiens et européens sont à peu près au même niveau au point de vue qualité et technique de fabrication. Le meuble américain, pour sa part, serait un peu plus faible à ce chapitre.

Les meubles démontables

Les sondages de l'A.F.M.Q. ont aussi tenté de déterminer le degré d'intérêt des consommateurs pour les meubles démontables. Même si la question n'est pas tellement fouillée en ce que le consommateur doit choisir en fonction d'une échelle de préférences somme toutes assez générale, on constate, dans le sondage de Montréal quand même que cette catégorie de meubles plaît davantage aux hommes qu'aux femmes peut-être parce qu'ils se sentent plus à l'aise pour les monter. Cependant, on sent une certaine réticence sur les perspectives d'avenir de ce type de meubles.

Les consommateurs masculins de Toronto semblent éprouver plus d'attirance que les femmes pour les meubles démontables. C'était la même situation dans le sondage de Montréal. Cependant, les résultats sont ici légèrement inférieurs. On peut relier cette différence au fait que les consommateurs torontois semblent avoir tendance à demeurer plus traditionalistes dans leurs achats de meubles: un indice réside dans le fait par exemple que leurs préférences pour les meubles de style moderne et contemporain sont plus faibles.

Les consommateurs de Calgary affichent des comportements presque identiques à ceux de Toronto. Pour les femmes, le résultat est exactement le même. Les hommes semblent un peu plus portés vers ce type de meubles, mais la différence avec Toronto est minime. Il nous semble que nous ayons ici un autre exemple du conservatisme un peu plus tenace des anglophones.

Etant donné la vogue grandissante de ce type de meubles surtout sur le marché européen, il apparaît essentiel de réserver une place importante à une recherche plus approfondie de l'évolution prévisible des goûts du consommateur canadien à ce sujet. Car ceci pourrait servir de guide sur les orientations futures de l'industrie québécoise du meuble de maison.

3. Importations

Les secteurs dits "traditionnels ont l'habitude d'être caractérisés par un volume d'importations qui dépasse largement celui des exportations. L'industrie québécoise de l'ameublement de maison ne fait pas exception à la règle.

En 1970, le Canada a importé des meubles de maison de toutes catégories pour une valeur de 24,2 millions de dollars. De 1970 à 1974, la croissance des importations est considérable pour atteindre un niveau presque cinq fois supérieur à celui de 1970 avec 118 millions.(43)

Après une légère baisse en 1975, la progression recommence, mais à un rythme beaucoup plus lent que pendant les années antérieures de sorte que de 1976 à 1980, on est passé de 138,4 à 199,4 millions de dollars. Ce ralentissement ne constitue qu'une mince consolidation, puisque l'impact des importations sur l'industrie de l'ameublement de maison est quand même considérable. L'augmentation moyenne annuelle pour cette période de 10 ans fut de 21,2%.

De 1981 à 1983, la situation ne semble s'être améliorée qu'en apparence. Si de 1981 à 1982, la valeur totale des importations canadiennes passe de 252,4 millions de dollars à 169,1 millions, c'est à cause de la crise économique qui a eu pour effet de ralentir considérablement la consommation globale d'ameublement de maison au Canada.(44)

---

(43) Voir Tableau XX - Industrie de l'ameublement de maison - Evolution des importations canadiennes par catégories majeures - 1970 à 1980, page 204.

(44) Voir Tableau XXI - Industrie de l'ameublement de maison - Evolution des importations canadiennes par catégories majeures - 1981 à 1983, page 205.

L'année 1983 est caractérisée par une nouvelle hausse de 27% et laisse présager de nouveaux sommets pour les années à venir.

La part la plus importante des importations est accaparée par les meubles de maison en bois. En 1970, elles s'élevaient à 16,4 millions de dollars sur un total de 24,2 millions, soit 67,7%, et en 1980, à 107,2 millions sur 199,4 millions, soit 53,7%. On constate donc une proportion qui a tendance à diminuer graduellement, mais qui conserve quand même "la part du lion".

Les importations de meubles de maison rembourrés voient leur part augmenter de 6,6% à 7,4% au cours de la même période. Quant aux meubles de maison en métal, ils ne comptent plus que pour 5,1% des importations en 1980 par rapport à 9% en 1970. Les meubles d'extérieur, pour leur part, se situent à 3,9% en 1980 à comparer à 5,3% en 1970.

Autant, il est essentiel de définir, de la façon la plus précise possible, les principaux produits qui proviennent des importations, autant il importe de déterminer quels en sont les principaux pays responsables.

Les Etats-Unis ont toujours été le principal exportateur de meubles de maison vers le Canada.(45) En 1970, les Etats-Unis s'accaparent de 56,6% des exportations totales avec 13,7 millions de dollars sur 24,2 millions. L'année 1976 marque un sommet avec 65,2% et l'année 1972 le plus bas niveau avec 53,1%.

En 1980, les Etats-Unis ont exporté pour une valeur de 117,9 millions de dollars vers le Canada, ce qui représente 59,1 des importations canadiennes qui s'établissaient alors à 199,4 millions.

---

(45) Voir Tableau XXII - Industrie de l'ameublement de maison - Evolution des importations canadiennes en provenance des Etats-Unis par catégories majeures - 1970 à 1980, page 206.

Si on examine les importations canadiennes originant des Etats-Unis, on constate que c'est dans le meuble rembourré que cette influence se fait le plus sentir: en 1980, sur des importations totales de 14,9 millions, les Etats-Unis totalisent 10,3 millions, soit 69,1%. Ensuite, se classent dans l'ordre, les meubles de maison en bois (59,4%) et les meubles d'extérieur (35,8%). Malgré ce faible pourcentage dans les meubles d'extérieur, les Etats-Unis conservent le leadership.

Le tableau suivant présente un aperçu de la valeur des importations par principaux pays d'origine en 1980 selon les segments de marché majeurs:

TABLEAUX 6.1 A 6.5
INDUSTRIE DE L'AMEUBLEMENT DE MAISON
IMPORTATIONS CANADIENNES PAR PRINCIPAUX PAYS D'ORIGINE
SELON LES CATEGORIES MAJEURES
1970 A 1980

TABLEAU 6.1

PAYS	BOIS - (000 000 $)	%
ETATS-UNIS	63,7	59,4
TAIWAN	7,6	7,0
DANEMARK	6,6	6,1
SINGAPOUR	5,6	5,2
SUEDE	3,6	3,3
ITALIE	3,2	2,9
AUTRES	16,9	15,7
TOTAL	107,2	

TABLEAU 6.2

PAYS	METAL (000 000 $)	%
ETATS-UNIS	7,1	68,9
ITALIE	1,0	9,7
TAIWAN	0,4	3,8
SUEDE	0,2	1,9
ALL. DE L'OUEST	0,1	1,0
FRANCE	0,1	1,0
AUTRES	1,4	13,7
TOTAL	10,3	

TABLEAU 6.3

PAYS	REMBOURRES (000 000 $)	%
ETATS-UNIS	10,3	69,1
SUEDE	1,6	10,7
ITALIE	0,7	4,6
DANEMARK	0,5	3,3
TAIWAN	0,4	2,6
YOUGOSLAVIE	8,3	2,0
AUTRES	1,1	7,7
TOTAL	14,9	

TABLEAU 6.4

PAYS	EXTERIEUR (000 000 $)	%
ETATS-UNIS	2,8	35,8
ITALIE	0,9	11,5
FRANCE	0,7	8,9
TAIWAN	0,6	7,6
DANEMARK	0,4	5,1
ALL. DE L'OUEST	0,3	3,8
AUTRES	2,1	27,3
TOTAL	7,8	

TABLEAU 6.5

PAYS	AUTRES	%
ETATS-UNIS	34,0	57,4
HONG KONG	3,4	5,7
SUEDE	2,4	4,0
DANEMARK	1,9	3,2
TAIWAN	1,9	3,2
ITALIE	1,8	3,0
YOUGOSLAVIE	1,8	3,0
ROUMANIE	1,7	2,8
PHILIPPINES	1,5	2,5
FRANCE	0,2	-
ALL. DE L'OUEST	0,2	-
AUTRES	8,4	13,2
TOTAL	59,2	

SOURCE: Statistique Canada, catalogues 65-007, 65-203.

Après les Etats-Unis, le pays qui a réussi à réaliser le plus d'exportations vers le Canada est Taïwan avec 10 millions en 1980. Ce pays à faible coût de production est en train de s'immiscer dans à peu près toutes les catégories de meubles. Son catalogue conçu pour l'exportation est très complet et il intègre aussi bien les meubles traditionnels que les meubles modernes et contemporains, voire même démontables et ce dans toutes les gammes de prix.

Suivent, dans l'ordre, le Danemark avec 9,6 millions et la Suède avec 7,8 millions. Ceci confirme la popularité encore considérable des meubles scandinaves. Les raisons de ce succès reposent selon un article paru dans La Presse Plus du samedi, 25 juin 1983, sur "une fabrication offrant à la fois des éléments préfabriqués industriellement et des montages et finitions artisanales donnant une personnalité; la renommée des créateurs de modèles, tels Jacobsen et Aallo; la présentation de

formes et de techniques nouvelles: lamellé collé et contreplaqué moulé; le contrôle rigoureux: on n'exportait que des produits de très grande qualité."(46)

La réputation du pays exportateur suivant n'a pas besoin d'être tellement définie, étant donné que ses meubles aux allures avant-gardistes sont connus dans le monde entier. L'Italie, en 1980, a exporté des meubles de maison pour une valeur de 7,6 millions de dollars. Les autres pays exportateurs, par ordre d'importance, sont: Hong Kong et Singapour avec 5,9 millions, la Roumanie avec 4,2 millions, la Yougoslavie avec 4 millions, l'Allemagne de l'Ouest avec 2,1 millions et la France avec 1,7 million.

Si on compare ces résultats avec ceux de 1983, force nous est de constater que les Etats-Unis continuent de dominer avec des exportations totales au Canada de 99,6 millions de dollars.(47)

Taïwan conserve aussi la même position, mais ce pays a plus que doublé ses exportations depuis 1980. Elles sont passées de 10 millions à 23,2 millions. L'Italie a multiplié ses exportations par deux les établissant à 15,6 millions en 1983 par rapport à 7,8 millions en 1980. Le Danemark a maintenu à peu près le même niveau (10,9 millions par rapport à 9,6 millions), mais il a perdu un rang. La Suède a perdu du terrain: de 7,6 millions, ses exportations ont diminué à 5,6 millions.

Parmi les autres pays, certains ont perdu du terrain: Singapour, Hong Kong et la Roumanie. La France a vu ses exportations doubler passant de 1,7 million à 3,3 millions.

---

(46) Le gouvernement a beau s'agiter, l'industrie du meuble péréclite, La Presse Plus, 25 juin 1983, page 15.

(47) Voir Tableau XXIII - Industrie de l'ameublement de maison - Importations canadiennes par principaux pays d'origine selon les catégories majeures - 1983, page 207.

Deux autres pays se sont ajoutés à la liste: il s'agit des Philippines avec 3,2 millions et le Japon avec 2,2 millions.

Nous ne sommes malheureusement pas en mesure de déterminer, à l'aide de statistiques officielles, la proportion des importations canadiennes qui sont consommées au Québec. Faute de mieux, nous pouvons en donner une approximation à l'aide des importations dédouanées au Québec. Cependant, il importe de souligner que ces données n'indiquent que la province où les importations ont franchi la douane et non pas nécessairement leur destination finale.

De 1976 à 1980, les importations canadiennes dédouanées au Québec sont passées de 25,5 millions $ à 28,5 millions $.(48) L'Ontario, au cours de la même période, voyait sa part augmenter de 31,8 millions $ à 68,4 millions $, soit plus que le double. Les deux seules autres provinces dignes de mention sont la Colombie-Britannique avec des importations dédouanées qui augmentent de 44% passant de 22,1 millions $ à 39,3 millions $ et l'Alberta qui connaît une hausse plus modeste de 12 millions $ à 19,7 millions $.

La part des importations canadiennes dédouanées au Québec, de 1976 à 1980, demeure constamment aux environs de 18%. Cependant, les données officielles ont tendance à sous-évaluer le véritable impact de la consommation réelle des meubles importés au Québec. Il serait plus juste de parler d'environ 22%.

La catégorie la plus importante de meubles de maison importés qui passent par le Québec est constituée par les meubles en bois dont la valeur, de 1976 à 1980, fluctue autour de 16 millions de dollars.(49)

---

(48) Voir Tableau XXIV - Industrie de l'ameublement de maison - Evolution des importations canadiennes par province de dédouanement et principal pays d'origine - 1976 à 1980, page 208.

(49) Voir Tableaux XXV à XXIX - Industrie de l'ameublement de maison - Evolution des importations canadiennes par province de dédouanement - Principal pays d'origine et catégories majeures - 1976 à 1980, pages 209 à 213.

La même situation prévaut en Ontario, mais avec une progression continue sauf en 1979. De 1976 à 1980, les importations de meubles de maison en bois dédouanées en Ontario passent de 33,1 à 47,6 millions $.

Même s'il nous apparaît particulièrement difficile de fixer un chiffre définitif sur la valeur des importations consommées au Québec, un fait demeure, c'est que l'industrie québécoise de l'ameublement de maison est durement touchée par les importations et il semble que cette influence ne soit pas près de se résorber.

Plusieurs raisons peuvent expliquer ce phénomène. D'abord, il y a les meubles de très haute qualité au design original. Il semble, qu'en règle générale, les consommateurs québécois les achètent parce qu'ils sont différents des meubles autochtones et qu'ils prétendent à une certaine exclusivité. Cette catégorie de meubles est ordinairement le fait des consommateurs les plus fortunés pour qui le prix n'a pas une importance primordiale pourvu qu'ils puissent obtenir un produit original.

Dans ces conditions, il apparaît très difficile, voire impossible, à un manufacturier d'ici de répondre aux besoins de ce marché limité sans s'appuyer sur un réseau de distribution confiné à quelques détaillants exclusifs seulement à travers le Canada. Il existe aussi une autre tendance qui semble se faire jour de plus en plus, c'est le cas des pays à faible coût de production qui, à cause de leur position privilégiée vis-à-vis les pays industrialisés, les inondent littéralement de leurs produits à des niveaux de prix qu'aucun manufacturier local ne peut atteindre. Enfin, et c'est là un compétiteur beaucoup plus difficile à identifier, il y a certains géants de la distribution qui, tout en affichant des couleurs nationales, vendent, en réalité, des meubles fabriqués en bonne partie par les pays à faible coût.

Ces groupes possèdent des moyens financiers de merchandising quasi illimités et essaient subtilement de convaincre le consommateur qu'ils ont tenté en vain de faire fabriquer leurs produits sur place, mais qu'aucun

n'a réussi à rencontrer la compétition internationale. D'où la nécessité pour le consommateur d'acheter des produits importés, puisqu'aucun fabricant d'origine ne serait en mesure de les leur procurer à un prix comparable.

La protection du marché domestique

En apparence, les résultats assez impressionnants des importations de meubles au Canada et au Québec nous amènent à nous poser la question suivante: existe-t-il une protection suffisante pour nos manufacturiers?

Pour répondre adéquatement à cette question, il importe de revenir en arrière. Au moment du Tokyo Round, l'industrie canadienne du meuble avait fait la demande d'être exemptée des négociations devant conduire à une réduction généralisée des tarifs douaniers. A ce moment-là, le problème numéro 1 de l'industrie était défini par la part grandissante du marché du meuble canadien accaparée par les Etats-Unis.(50)

La protection tarifaire couvrant l'industrie du meuble de maison s'élevait alors à 20%. Au cours de la période de 1972 à 1979, les importations ont continué leur ascension. Malgré de nombreuses représentations, l'industrie du meuble n'a pas réussi à être exclue des réductions tarifaires du Tokyo Round conclues en 1979.

Par ces accords, les tarifs douaniers canadiens qui sont exigés pour des meubles importés en provenance des Etats-Unis et des autres pays industrialisés passeront de 17,5% à 15% pour les meubles de maison en bois et de 15% à 12,5% pour les meubles de maison en métal de 1983 à 1987.

---

(50) Rapport du groupe d'étude sur l'industrie canadienne du meuble, Ministère de l'Industrie et du Commerce, Ottawa, 1978, page 27.

Cependant, il faut aussi souligner que certains pays en voie de développement exportent vers notre marché de façon progressive, pouvant jouir de tarifs douaniers plus légers, en vertu du tarif préférentiel généralisé. Pour les meubles en bois, ils diminueront de 11,5% à 11% et pour les meubles en métal de 10% à 9,5%.

Quant aux mesures de protection non tarifaires comme la Loi Anti-Dumping, l'imposition de droits compensateurs, la conformité des produits importés aux normes de sécurité, d'étiquetage, il semble que l'industrie n'y ait pas ou peu recours.

4. Exportations

De 1970 à 1980, les exportations canadiennes de meubles de maison sont passées de 13,4 millions à 46,9 millions, pendant que les importations, de 24,2 millions effectuaient un bond considérable atteignant 199,4 millions au cours de la même période.(51)

En 1970, l'écart déficitaire s'établissait à 10,8 millions et en 1980 à 152,5 millions. Cette situation contraste étrangement avec celle prévalant dans l'industrie de l'ameublement de bureau où, en 1980, l'écart positif atteignait 95 millions de dollars.(52)

La dernière décennie a cependant connu une évolution marquée par trois étapes distinctes: de 1970 à 1974, les exportations canadiennes ont connu une période assez fructueuse progressant de 13,4 à 21,4 millions.

---

(51) Voir Tableau XXX - Industrie de l'ameublement de maison - Evolution des exportations canadiennes par catégories majeures - 1970 à 1980, page 214.

(52) Profil de l'industrie québécoise de l'ameublement de bureau, Gouvernement du Québec, ministère de l'Industrie, du Commerce et du Tourisme, Direction générale de l'industrie, page 35.

En 1975, une baisse de 18,2% les font diminuer à 17,5 millions, niveau auquel elles vont se stabiliser jusqu'à la fin de 1977. A compter de 1978, la progression à la hausse reprend pour permettre de nouveau des augmentations un peu plus substantielles.

En 1981 et 1982, on revient à des niveaux de croissance plus marqués, et l'année 1983 marque une accélération du mouvement.(53) En 1983, la valeur des exportations canadiennes s'établissait à 86,1 millions, mais les importations avaient atteint 214,6 millions et le déficit, bien qu'inférieur à celui de 1980, se situait encore à 128,5 millions.

Les meubles de maison en bois constituent la catégorie où les fabricants canadiens connaissent le plus de succès à l'exportation. En 1970, ce type de meubles accapare 69% des exportations totales et en 1980, 72%. A partir de cette période, cependant, leur importance tend à diminuer. En 1983, il ne représente plus que 54% du total avec 46,7 millions sur 86,1 millions.

Les exportations de meubles de maison en métal ne représentent qu'une quantité négligeable dans les statistiques officielles. De 0,5 million en 1970, elles passent à 6,8 millions en 1983.

Le pays par excellence pour les exportations canadiennes d'ameublement de maison en bois demeure, avant tout, les Etats-Unis, avec 27,6 millions $ sur une valeur totale des exportations de 32,8 millions $ en 1980, soit 84%.(54) (En 1983, ce pourcentage atteint même 90%).(55)

---

(53) Voir Tableau XXXI - Industrie de l'ameublement de maison - Evolution des exportations canadiennes par catégories majeures - 1981 à 1983, page 215.

(54) Voir Tableau XXXII - Industrie de l'ameublement de maison - Destination des exportations canadiennes par catégories majeures - 1980, page 216.

(55) Voir Tableau XXXIII - Industrie de l'ameublement de maison - Destination des exportations canadiennes par catégories majeures - 1983, page 217.

Les autres pays se situent loin derrière: la France avec 1,6 millions $ soit 5%, l'Arabie Saoudite avec 800 000 $, l'Angleterre avec 600 000 $, et l'Australie avec 400 000 $ et les autres pays avec 1,8 million. La situation qui prévaut en 1983 ne marque pas de changements majeurs sauf que c'est l'Angleterre qui se classe deuxième avec 1,1 million suivi de l'Arabie Saoudite avec 900 000 $, la France avec 700 000 $ et les autres pays avec 1,6 million.

Les Etats-Unis dominent encore plus la scène des meubles de maison en métal avec 1,5 million sur 1,7 million en 1980 et 6,6 sur 6,8 millions en 1983. Les autres pays qui se partagent le reste sont: l'Angleterre, l'Arabie Saoudite et l'Australie.

Il importe de souligner la valeur relative des statistiques officielles sur les exportations canadiennes de meubles de maison en métal. De 1970 à 1983, on parle de croissance assez faible de 500 000 $ à 6,8 millions. Or il semble un fait reconnu au sein de l'industrie que certains manufacturiers, même considérés isolément, exportent plus que le volume attribué à l'ensemble des manufacturiers canadiens pour la période considérée.

Les exportations de meubles de maison rembourrés, pour leur part, connaissent un rythme plus accéléré. De 1970 à 1980, elles sont passées de 2,4 millions à 8,2 millions pour une augmentation moyenne annuelle de 17,6%. De 1980 à 1983, le rythme s'accélère pour atteindre 23,6 millions.

En 1980, 85,3% des exportations canadiennes de cette catégorie sont acheminées vers les Etats-Unis. Le pays le plus important après les Etats-Unis est l'Angleterre avec 141 000 $. En 1983 les Etats-Unis accaparent 95% de ces exportations.

De ce qui précède, il importe de souligner la concentration considérable des exportations canadiennes de meubles de maison vers les Etats-Unis dans une proportion de 85,2%. La présence du Canada dans les autres pays est à peu près inexistante. Seulement quatre pays en reçoivent plus de 1%, ce sont la France avec 3,4%, l'Arabie Saoudite avec 1,9%, l'Angleterre avec 1,7% et l'Australie avec 1,1%.

En 1983, on remarque peu de modifications: les Etats-Unis reçoivent 91,2% des exportations canadiennes, l'Angleterre 2,2%, l'Arabie Saoudite 1,3%, la France 1%, Hong Kong moins de 1% et les autres pays 3,3%.

Si on examine l'évolution des exportations chargées au Québec de 1976 à 1980, on constate qu'elles ont connu une croissance assez considérable passant de 9,1 millions à 19,6 millions.(56)

Cependant, au cours de la même période, l'Ontario pouvait compter sur une progression plus rapide de 7,3 millions à 21,8 millions. Sans conférer à ces données une valeur absolue, il est permis de souligner la nette avance de l'Ontario sur le Québec au chapitre des exportations à cause surtout de la force de leur image de marque à l'étranger et du dynamisme de leur approche du marché.

Quant aux exportations chargées au Québec en 1980, selon les catégories de produits, elles se présentent comme suit: 15 millions sur des

---

(56) Voir Tableau XXXIV - Industrie de l'ameublement de maison - Evolution des exportations canadiennes par province de chargement et principal pays de destination par catégories majeures - 1976 à 1980, page 218.

exportations totales de 32,8 millions, soit 45,7% pour les meubles de maison en bois; 605 000 sur 1,7 million, soit 35,5% pour les meubles de maison en métal; et 2,5 millions sur 8,2 millions pour les meubles de maison rembourrés, soit 30,4%.(57)

En comparant avec 1976, on constate que la proportion des exportations de meubles en bois qui passaient par Québec en 1976 était légèrement supérieure avec 5,7 millions sur 8,5 millions, soit 67%. Pour les meubles en métal, il y a progrès très net de 1976 à 1980, puisqu'en 1976, seulement 12,1% était chargé au Québec, 100 411 sur 825 255. La situation est différente dans le meuble rembourré où la proportion n'a pas beaucoup changé de 1976 à 1980, passant de 28% à 30,4%.

Mais ces données, même si elles peuvent fournir certaines indications, ne nous garantissent pas qu'elles représentent une image fidèle de la réalité. Une étude conjointe DEREI, D.G.R.P. et MICT a tenté d'analyser l'évolution des exportations du Québec vers les Etats-Unis.(58)
D'abord, il est intéressant de souligner que les exportations totales à destination des Etats-Unis pour toute l'industrie du meuble et des articles d'ameublement s'élevaient à 60 millions de dollars en 1981.

La répartition des exportations québécoises selon les principales régions se définit comme suit:

- région de la Nouvelle-Angleterre, 5,9 millions ou 9,8%;

---

(57) Voir Tableaux XXXV à XXXIX - Industrie de l'ameublement de maison - Evolution des exportations canadiennes par province de chargement et principal pays de destination par catégories majeures - 1976 à 1980, pages 220 à 224.

(58) Voir Tableau XL - Exportations du Québec par secteurs industriels à destination des principales régions des Etats-Unis - 1981, page 225.

- région de l'Atlantique, 22,4 millions ou 37,3%;

- région du Centre Nord-Est, 5,4 millions ou 9%;

- autres régions, 26,3 millions ou 43,9%.(59)

Supposons que les exportations totales se sont accrues de 10% de 1981 à 1983 puisque l'année 1982 a été une année désastreuse à tout point de vue. Faisons aussi l'hypothèse que les exportations de meubles de maison ont progressé de 15% depuis leur niveau de 1980 établi à 17,2 millions de dollars, (60) nous obtiendrions alors 20 millions d'exportations de meubles de maison, provenant du Québec au cours de l'année 1983.

En assumant que les exportations de meubles de maison se caractérisent par les mêmes pourcentages selon les régions que les exportations de meubles de toutes catégories, nous aboutirions au tableau suivant:

---

(59) La région de la Nouvelle-Angleterre comprend: Maine, New-Hampshire, Vermont, Massachussets, Connecticut, Rhode Island.

La région de l'Atlantique: New-York, New-Jersey, Pennsylvanie.

La région du centre nord-est: Ohio, Michigan, Illinois, Indiana, Wisconsin.

(60) Voir Tableau XIII - Industrie de l'ameublement de maison - Premières destinations des expéditions des manufacturiers exportateurs du Québec - 1974 à 1980, page 194.

TABLEAU 7

INDUSTRIE QUEBECOISE DE L'AMEUBLEMENT DE MAISON

DESTINATION DES EXPORTATIONS SELON LES PRINCIPALES REGIONS DES ETATS-UNIS

1983

(000 000 $)

REGIONS	EXPORTATIONS	%
NOUVELLE-ANGLETERRE	2,0	9,8
ATLANTIQUE	7,5	37,3
CENTRE NORD-EST	1,8	9,0
AUTRES	8,7	43,8
	20,0	100,0

Source: Situation économique du Québec, 1982, Direction de l'analyse et de la prévision économique du MICT, Bureau de la Statistique du Québec, Québec, 1984, page 70.

Il est évident qu'à l'analyse de toutes ces données sur l'exportation, il ressort que peu de manufacturiers canadiens ont réussi à faire leur marque sur les marchés extérieurs. Les principales raisons qui ont permis à certains manufacturiers de réussir en ce domaine tiennent surtout au développement de produits au design original et exclusif et surtout différents de ce qui est conçu par les designers du pays de destination des exportations.

Une autre explication tient à une stratégie de marketing mieux planifiée et soutenue et une présence constante et professionnelle auprès du marché-cible. Les manufacturiers québécois ont surtout fait sentir leur présence sur les marchés internationaux par leurs meubles en bois, tandis que les fabricants ontariens ont obtenu leurs meilleurs résultats grâce à leurs meubles en métal et leurs meubles rembourrés.(61)

(61) Pour être plus juste, il faudrait souligner le succès retentissant qu'a connu un manufacturier québécois sur les marchés d'exportation grâce à ses meubles tubulaires.

Perspectives

Au cours des dernières années, à cause de la conjoncture économique difficile et grâce à l'impulsion en particulier du nouveau ministère du Commerce Extérieur, beaucoup de manufacturiers québécois de meubles de maison ont été sensibilisés davantage à la nécessité de se tourner vers les marchés extérieurs pour établir leur réseau de distribution sur des bases plus diversifiées. C'est ainsi que plusieurs études ont été entreprises en vue d'en analyser les possibilités. En avril 1981, une étude préparée pour le ministère de l'Industrie et du Commerce du Canada entretenait comme objectifs d'évaluer le potentiel d'exportation du mobilier résidentiel canadien dans la zone métropolitaine de New York et de préparer des recommandations sur la façon dont les fabricants canadiens pourraient le mieux pénétrer ce marché.(62)

Notre intention n'est pas de présenter les résultats de cette étude comme "la méthode" que tout manufacturier devrait suivre pour exporter. Cette recherche nous apparaît intéressante parce qu'elle touche une des régions à laquelle spontanément tout manufacturier qui désire exporter s'intéresse et aussi parce qu'elle comporte certains jugements sur l'expertise des manufacturiers canadiens dans le domaine des exportations.

Cette étude a puisé à deux grandes catégories de sources d'information: les informations de nature plus officielle auprès d'organismes publics et privés tels le ministère de l'Industrie et du Commerce du Canada, le Département américain du Commerce, les banques de données publiques et privées, diverses publications privées, etc. Le tout a été complété par des entrevues auprès des fabricants canadiens qui exportaient déjà ou qui avaient l'intention de le faire dans un avenir rapproché, des dé-

(62) Etude de marché du mobilier résidentiel dans la zone métropolitaine de New York, Ross Associates Inc., Ashville, Caroline du Nord, avril 1981, 67 pages.

taillants de la zone métropolitaine de New York, des associations commerciales de fabricants de meubles canadiens et américains, des représentants commerciaux de la région de New York, etc.

Avant d'effectuer une synthèse des résultats de cette étude, il importe de donner des détails plus précis sur les deux groupes qui ont fait l'objet d'entrevues: les fabricants et les détaillants.

Le nombre de fabricants canadiens interrogés s'élève à 17, plus de la moitié fabriquant du mobilier de rangement et le reste se partageant à peu près également entre le mobilier en métal et le mobilier rembourré. Leurs prix se situent dans la moyenne supérieure ("medium high") et le style moderne ou contemporain prédomine. Les deux tiers expédient leurs meubles par des transporteurs publics tandis que les autres procèdent par des camions loués ou leurs propres véhicules. 15 manufacturiers sur 17 livrent leurs produits directement aux détaillants, tandis que les deux autres l'acheminent vers des entrepôts.

Dans la région de New York, 105 détaillants ont été visités et ils ont été recrutés parmi les grands magasins, les magasins à succursales multiples et les boutiques spécialisées. Plus de la moitié de ces détaillants, soit 66, vendent des meubles de tous les styles, 26 se spécialisent dans le meuble de style contemporain et 13 dans le meuble de style traditionnel. L'ensemble de ces détaillants se retrouvent dans les grandes villes de la zone métropolitaine de New York: surtout New York, les villes du nord du New Jersey, Long Island et Westchester.

Selon cette étude, une analyse d'un certain nombre de variables incite à croire à un potentiel intéressant pour l'exportation de meubles canadiens vers la région métropolitaine de New York.

D'abord, les ventes totales de meubles réalisées en 1980 dans la région métropolitaine de New York s'élèvent à 2,5 milliards, soit 6% du marché américain qui s'élève à 42,9 milliards. Même si ce volume est resté

pratiquement inchangé depuis 1974 par rapport à une augmentation de 38% aux Etats-Unis et de 80% au Canada, il reste que les ventes totales de meubles réalisées dans la région métropolitaine de New York sont supérieures à celles réalisées dans tout le Canada en 1980, soit 2,5 milliards par rapport à 2,2 milliards.

L'évolution du revenu personnel disponible de 1974 à 1980 serait un facteur moins favorable. Au Canada et aux Etats-Unis, il a progressé dans la même proportion, soit 17% par rapport à 58% pour la région métropolitaine de New York.

Un élément positif qu'on est peut être porté à oublier est aussi mis en évidence. Selon le tableau suivant, il est clairement établi que les villes de Toronto, de Montréal et de Québec sont plus proches de la ville de New York que la région de High Point en Caroline du Nord:(63)

Ville	Distances de New York en milles:
High Point:	549
Montréal:	378
Toronto:	469
Québec:	518

En outre, les problèmes financiers de la ville de New York semblent sur le point d'être surmontés.

L'étude a tenté aussi de cerner les principales caractéristiques des meubles recherchés par les consommateurs de la région métropolitaine de New York. En tout premier lieu, même s'il n'y a pas eu de consensus

(63) Etude de marché du mobilier résidentiel dans la zone métropolitaine de New York, op. cit., page 32-33.

systématique parmi les détaillants interrogés à ce sujet, il semble que le style moderne ou contemporain a pris graduellement la place du style colonial ou "early american". Lors de l'exposition de High Point, de l'automne 1980, 34% des meubles exposés adoptaient le style moderne ou contemporain. Si on se base sur la matière première prédominante, les préférences pour le meuble canadien importé iraient dans l'ordre suivant: les meubles en bois, les meubles rembourrés et les meubles en métal.

Les tissus de revêtement pour meubles rembourrés semblent gagner de plus en plus de faveur du consommateur non seulement de la région de New York, mais encore de l'ensemble des U.S.A. Le velours aurait conquis 44% du marché, suivi de l'imprimé avec 24 à 28%. Enfin, une étude du 1er février au 2 mars 81 de la revue Furniture Today indique une tendance vers les couleurs pastels.

Dans une autre parution de la revue Furniture Today, du 17 au 28 avril 1980, on pouvait noter les orientations suivantes sur le type de fini désiré par le consommateur américain:

> "Les tendances foncées de bois étaient de plus en plus populaires. Près de 60% des détaillants interrogés avaient indiqué la même tendance en ce qui concerne les consommateurs de New York."(64)

En vue de connaître les essences de bois les plus populaires auprès du consommateur, l'étude s'est servi de la proportion relative de chacune lors des expositions de High Point. C'est ainsi qu'en octobre 1980, les essences les mieux représentées étaient dans l'ordre: le chêne, le pin,

---

(64) Etude de marché du mobilier résidentiel dans la zone métropolitaine de New York, Ross Associates Inc., Ashville, Caroline du Nord, avril 1981, page 37.

le pacanier, le cerisier, l'érable, l'acajou, etc. Pour la moitié des détaillants de la région de New York, le chêne obtient d'emblée la première place alors que 31% d'entre eux confèrent la priorité au pacanier.

Une autre partie intéressante de cette étude concerne l'évaluation des points forts et des points faibles des fabricants canadiens par les détaillants de la région de New York en fonction de leur capacité à exporter.

Points forts

La principale force des fabricants canadiens repose sur le caractère innovateur de leurs meubles de style moderne et contemporain. Les détaillants de la région de New York affirment que "les fabricants canadiens pourraient jouer un rôle important dans le style moderne... qu'ils sont à l'avant-garde...". Leur conclusion est passablement explicite à ce sujet:

> "Nous pensons que les fabricants de meubles canadiens modernes ont un produit qui plaît aux consommateurs de la région de New York."(65)

Un bon nombre de manufacturiers canadiens fabriquent du mobilier de rangement original. Or selon l'étude, c'est le type de meubles qui offre le meilleur potentiel d'exportation et ayant le meilleur taux de rendement sur les investissements et le plus susceptible de générer les fonds nécessaires pour atteindre cet objectif.

La majorité des fabricants canadiens interrogés ont des produits qui se situent dans la catégorie de prix moyenne supérieure. Ce marché ne semble

(65) Etude de marché du mobilier résidentiel dans la zone métropolitaine de New York, op. cit., page 38.

pas aussi sujet à être affecté par l'inflation, étant donné que sa clientèle-cible est en mesure de consacrer une plus grande partie de son budget à l'achat de biens de consommation durables.

Si on compare la majorité des fabricants canadiens avec les fabricants américains, force nous est de constater que les premiers plus petits sont davantage en mesure de collaborer avec les détaillants de la région de New York pour le design de leurs meubles et de leur accorder des contrats d'exclusivité. Les manufacturiers américains habituellement dotés d'unités de fabrication plus considérables sont habituellement peu intéressés à développer de tels liens.

Points faibles

Cependant, malgré un certain nombre d'avantages, le fabricant canadien semble être limité par plusieurs lacunes importantes. Sans vouloir remettre en question les remarques plutôt favorables des détaillants sur les produits de style moderne et contemporain, il semble que même à ce niveau, il faille les améliorer encore pour les rendre plus compatibles avec l'évolution des goûts du consommateur américain. Quant aux meubles de style traditionnel, les remarques à leur sujet sont on ne peut plus négatives: "Le style traditionnel n'existe pas".

Il arrive aussi que les exportateurs canadiens ne consacrent pas suffisamment d'efforts pour ajuster leurs produits aux besoins spécifiques du consommateur américain. Ainsi, plus de la moitié des fabricants canadiens qui ont fait l'objet de l'enquête affirment n'avoir aucunement modifié le design de leurs meubles en vue de pénétrer davantage le marché américain.

En outre, les dimensions des meubles canadiens sont souvent inférieures à celles des meubles américains et l'évolution prévue des habitudes de logement des américains ne semble pas tendre à faire changer cette situation. Une étude récente de l'Association nationale des constructeurs de maisons aux Etats-Unis aboutit à la conclusion suivante:

> "Les américains préféreraient les grandes maisons, d'une superficie moyenne de 2 150 pieds carrés".

Une des grandes faiblesses des fabricants canadiens au niveau de l'exportation concerne leur approche marketing. On a constaté qu'ils sont beaucoup moins orientés vers le marketing que leurs concurrents américains. Leurs méthodes de commercialisation ne sont pas assez dynamiques et innovatrices.

L'enquête a aussi tenté de déterminer quels étaient les produits offrant le plus fort potentiel d'exportation dans la région de New York. Ce sont d'abord les systèmes muraux dont le taux de croissance prévue de 80 à 85 était de 100% et probablement plus élevé par la suite. Les ensembles de chambre à coucher viennent ensuite suivis par les ensembles de salon modulaires et les fauteuils inclinables. Une remarque intéressante mérite d'être mentionnée sur l'avenir des meubles démontables:

> "La résistance à laquelle se heurtaient les meubles démontables s'est quelque peu atténuée en raison de l'augmentation des coûts de transport, et la demande en matière de meubles faciles à assembler devrait augmenter...Les progrès technologiques destinés à faciliter l'assemblage de ce genre de meubles en augmentera les ventes."(66)

Une des raisons de cette situation viendrait du fait que certains fabricants canadiens considèrent encore les marchés d'exportation comme "un moyen d'écouler leur production excédentaire ou comme une protection en cas de difficultés économiques au pays."

---

(66) Etude de marché du mobilier résidentiel dans la zone métropolitaine de New York, op. cit., page 50.

Le même son de cloche sur des représentants à l'étranger. Ils manqueraient non seulement d'une compétence reconnue et d'un niveau de connaissance adéquat, mais aussi de dynamisme, d'intérêt dans leur tâche... A noter que toutes ces remarques défavorables originent d'un détaillant en particulier et qu'il n'a eu aucune appréciation positive.

Enfin, l'étude a aussi permis de souligner un autre aspect défavorable. Ce sont les incitations à la vente comme les politiques de rabais sur les quantités, réductions pour frais de transport, aide à la vente et formation des vendeurs de plancher. Selon l'étude, "94% des incitations à la vente offertes par les fabricants canadiens étaient inférieures à celles offertes par les entreprises américaines".

Cette étude se termine par une série de conseils à l'intention des fabricants canadiens qui veulent pénétrer la région de New York:

1. Exposer ses produits à High Point: cette exposition qui a lieu deux fois par année au printemps et à l'automne a l'habitude de réunir les détaillants majeurs.

2. Représentation

   Il faut que les fabricants s'assurent d'avoir des représentants compétents aux expositions de High Point et durant toute l'année, dans la région visée.

3. Visites de détaillants sélectionnés

   La haute direction de l'entreprise canadienne doit s'assurer d'établir les premiers contacts avec les détaillants choisis afin de leur présenter les produits et manifester leur intérêt. Ces visites doivent se faire avant les expositions.

4. Politiques d'incitation à la vente

Un examen critique de ces politiques s'impose pour chaque entreprise afin de les ajuster à celles des concurrents américains.

5. Le suivi

Pour espérer que des ventes surviennent à la suite des expositions, il importe de toute nécessité qu'un suivi soit organisé immédiatement après l'exposition.

6. Mettre en valeur les aspects positifs d'une telle transaction

Après avoir dissipé les préjugés sur les produits canadiens, il importe que le manufacturier canadien insiste sur les avantages d'un service personnalisé d'un petit fabricant par rapport à ses concurrents plus considérables.

7. Style, fabrication, finition

Il faut que les produits soient systématiquement différents des produits américains.

Les obstacles à la pénétration des marchés extérieurs

Si on considère que les exportations canadiennes de meubles de maison sont acheminées dans une large mesure vers les Etats-Unis, il faut remarquer que les barrières tarifaires constituent un facteur favorable. Les tarifs les plus élevés s'appliquent aux meubles en rotin. Ils seront de 14,9% en 1983 et demeureront au même niveau jusqu'en 1987.(67) Les meubles en fibres textiles, pour leur part, passent de 12,3% à 7%

(67) Voir Tableau XLI - Tarif douanier de la nation la plus favorisée s'appliquant aux exportations de meubles vers les Etats-Unis - 1983 à 1987, page 226.

de 1983 à 1987. Les deux seules autres catégories dont le tarif douanier dépassera encore 10% en 1983, ce sont les meubles en plastique laminé ou renforcé et les meubles constitués de matériaux autres que le coton qui sont assujettis à des tarifs qui diminuent de 10,5% à 6% de 1983 à 1987.

Le tarif douanier sur les meubles en bois courbé évolue de 9,6 à 6,6% au cours de la même période. Les chaises, sauf les chaises en teck dont le tarif est un peu moins élevé, possèdent un tarif qui, de 1983 à 1987, passe de 6,9% a 5,3%. Les meubles de maison en métal, pour leur part, ont des tarifs qui diminuent de 7 à 4% au cours de la même période. Parmi les catégories de meubles affectés par les tarifs les plus bas, on peut souligner les divans transformables et les divans-lits avec 3,5% en 1983 et 2,5% en 1987, les meubles en caoutchouc ou en plastique mais non constitués de plastique laminé ou renforcé dont les tarifs s'élevent a 2,4% et qui ne changeront pas d'ici 1987.

Une comparaison de l'évolution des tarifs douaniers qui s'appliquent aux exportations canadiennes de meubles vers les Etats-Unis avec ceux exigés par le Canada des exportateurs américains conduit à la conclusion que les tarifs canadiens sont toujours plus élevés que les tarifs américains.(68)

Dans le cas des meubles en bois, la différence est de pres de 10%: les tarifs américains passent de 9,6% à 6,6% de 1983 à 1987 tandis que les tarifs canadiens diminuent de 17,5% à 15%.

Les écarts pour les meubles en métal sont à peu pres identiques alors que les tarifs américains décroissent de 7 a 4% par rapport aux tarifs canadiens qui partent de 15% pour se fixer à 12,5%.

---

(68) Voir Tableau XLI - Tarif douanier de la nation la plus favorisée s'appliquant aux exportations de meubles vers les Etats-Unis - 1983 à 1987, page 226.

Voir Tableau XLII - Tarif douanier canadien qui s'applique à l'importation de meubles en provenance des pays industrialisés et des pays en voie de développement - 1983 à 1987, page 229.

En plus des différences de tarifs, la relative croissance des exportations de meubles canadiens vers les Etats-Unis s'explique aussi par les variations du taux de change du dollar canadien vis-à-vis le dollar américain qui représente un avantage considérable.

Les tarifs douaniers qui s'appliquent à l'exportation de meubles vers les pays de la Communauté Economique Européenne se situent à des niveaux comparables à ceux exigés par les Etats-Unis.(69) Cependant, ces pays exigent en plus une taxe sur la valeur ajoutée (TVA) qui est variable selon les pays mais dont le niveau est passablement élevé. Le plus bas est de 10% pour le Luxembourg et le plus élevé est de 35% et s'applique à l'Irlande. La France, pour sa part, exige une TVA de 18,6%.

5. Consommation canadienne apparente

En 1983, la consommation canadienne apparente d'ameublement de maison a atteint 1,5 milliard de dollars. Etant donné que les exportations comptent pour 86,1 millions par comparaison à 214,6 millions d'importations, il est normal que la production nationale soit plus faible que la consommation apparente. Le marché canadien apparent, de 1970 à 1983, est passé de 351,7 millions de dollars à 1,5 milliard, soit une hausse moyenne annuelle de 11,4%.(70)

Cependant, cette évolution n'est pas caractérisée par un mouvement de même intensité. De 1970 à 1974, la consommation canadienne apparente fait plus que doubler progressant de 351,7 millions à 808 millions. En 1975, on constate une légère baisse au moment où les indicateurs économiques

(69) Voir Tableau XLIII - Tarif douanier s'appliquant aux exportations de meubles vers les pays de la CEE - 1983 à 1987, page 230.

(70) Voir Tableau XLIV - Industrie de l'ameublement de maison - Evolution de la consommation canadienne apparente - 1970 à 1983, page 232.

accusent un déclin. A partir de 1976, le mouvement ascendant se poursuit d'abord assez rapidement, atteint une certaine stabilité en 1977 avant de s'accélérer de nouveau pour atteindre un sommet de 1,5 milliard en 1981. Ensuite, ce sera la baisse de 1982, lors de la crise économique, suivie de la relance en 1983.

Les fluctuations dans l'industrie du meuble de maison suivent habituellement de très près l'état de santé de l'économie. Ainsi de 1970 à 1974, l'économie est en expansion et la consommation augmente. En 1975, le ralentissement dans les affaires engendre une baisse de la consommation apparente. En 1976 et 1977, l'économie se replace d'un mini-déclin, c'est alors que la consommation reprend du poil de la bête pour se poursuivre jusqu'au dernier trimestre de 1981 où une grave crise économique vient remettre de nouveau tout en question et faire régresser à nouveau la consommation apparente.

En 1983, année de relance économique, la consommation apparente progresse à nouveau pour atteindre un niveau proche du sommet de 1981.

6. Commercialisation

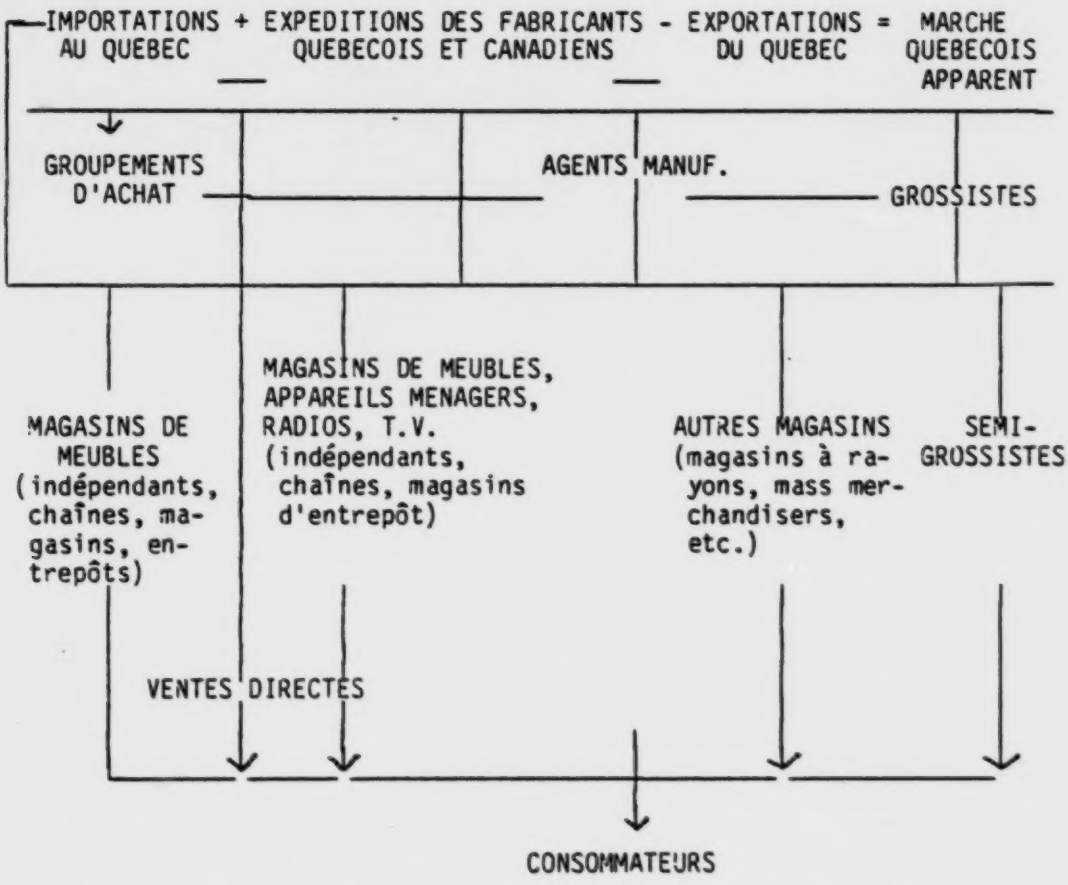
S'il est un domaine où il importe de ne pas confondre l'industrie de l'ameublement de bureau et celui de l'ameublement de maison, c'est bien au niveau de la commercialisation. On a l'habitude de dire, pour décrire cette divergence, que ce sont "deux mondes" totalement distincts.

On peut représenter schématiquement les principaux modes de distribution de l'ameublement de maison au Québec de la façon suivante:

TABLEAU 8

INDUSTRIE DE L'AMEUBLEMENT DE MAISON AU QUEBEC

PRINCIPAUX RESEAUX DE DISTRIBUTION



Source: Marché du meuble de maison au Québec, Evolution, tendances et stratégies de marketing (Le), op. cit., page 246.

Ce tableau comporte quatre niveaux distincts:

Le niveau 1

Il s'agit du palier des sources auxquelles puise le marché québécois. Il comprend les produits fabriqués par les manufacturiers du Québec et du reste du Canada, et les importations. Il est bien entendu que cette façon de voir les choses n'exclut pas les accords de licence de fabrication ou de distribution entre fabricants québécois et étrangers, les ententes d'assemblage sur place, etc.

Le niveau 2

Ce niveau regroupe la première catégorie d'intermédiaires. Les groupements d'achats, de plus en plus nombreux au Québec, achètent leurs meubles ou négocient des ententes pour leurs membres directement des manufacturiers. Les agents manufacturiers qui constituent, de loin, le maillon le plus important de toute cette chaîne de distribution, agissent comme intermédiaires entre les fabricants et les détaillants. Il importe de souligner que l'agent manufacturier représente plusieurs manufacturiers à la fois et que, sauf de rares exceptions, il ne conclut pas d'entente d'exclusivité avec aucun d'entre eux. Les grossistes agissent comme intermédiaires entre les fabricants et les semi-grossistes. Cette dernière méthode est peu utilisée au Canada.

Niveau 3

A ce niveau, on retrouve les différentes catégories de détaillants engagés dans la vente de meubles de maison et les semi-grossistes qui constituent le prolongement des grossistes auprès des consommateurs.

Quant aux détaillants, ils peuvent se servir de deux méthodes pour se procurer leurs meubles. Soit directement, soit en faisant appel aux intermédiaires de niveau 2.

Plusieurs fabricants ont développé l'habitude de changer de méthode selon l'importance des clients à desservir. C'est ainsi qu'ils peuvent s'appuyer sur leurs agents manufacturiers pour alimenter les détaillants indépendants ou les détaillants regroupés au sein des groupements d'achats. Lorsque vient le temps de négocier de gros contrats, par exemple avec les magasins à succursales multiples, c'est habituellement le président ou le directeur général qui intervient pour faire jouer tout le poids de son prestige dans la transaction. C'est ce qu'on appelle dans le jargon industriel les "house accounts".

Il arrive aussi qu'au lieu des agents manufacturiers, on fasse appel à une force de vente exclusive chargée d'assurer la couverture d'un territoire donné. Ces types de vendeurs sont habituellement rémunérés à salaire fixe plus commissions. Il fut un temps où ce processus était utilisé pour contrer les effets de la "loyauté partagée" de l'agent manufacturier traditionnel qui, devant représenter plusieurs entreprises à la fois, peut être porté à conférer une importance plus ou moins grande à telle gamme de produits en particulier qui, à première vue, semble attirer plus de réticence de la part du détaillant. Par ce moyen, on espérait assurer une présence plus soutenue et plus professionnelle auprès des détaillants. Cependant, en contrepartie, cela exigeait une ligne de meubles plus complète et les coûts impliqués étaient beaucoup plus considérables.

Le marché est devenu tellement difficile au cours des dernières années et les coûts ont grimpé tellement vite que, de nos jours, il reste très peu de vendeurs exclusifs au Québec. Les plus importantes compagnies canadiennes, américaines ou étrangères continuent de fonctionner uniquement de la sorte, leur volume de ventes pouvant justifier une telle dépense. Mais ce sont de plus en plus des cas marginaux.

Le niveau 4

C'est la conclusion du système global avec le consommateur. En général, le consommateur achète des intermédiaires de niveau 3.

Occasionnellement, il arrive qu'il le fasse auprès des intermédiaires de niveau 2 ou directement du fabricant. Il existe aussi le cas où l'artisan ou l'ébéniste vend au consommateur un meuble conçu pour répondre à ses spécifications. Il semblerait inutile de préciser que, trop souvent, c'est un niveau qui passe en dernier dans les préoccupations du fabricant.

Les nombreuses facettes du commerce de détail

Le marché de détail de l'ameublement de maison comprend de nombreuses ramifications dont l'importance est en perpétuelle mutation. Traditionnellement cristallisé autour des magasins indépendants, il semble se dessiner une tendance à une montée rapide des regroupements sous toutes ses formes.

Il y a d'abord les groupements d'achats qui ont poussé au Québec comme des champignons. Les plus connus sont: Cantrex, Bonne Valeur, Gest Accord, et P.A.S.

Ils originent, pour la plupart, des propriétaires de magasins indépendants qui mettent leurs achats en commun dans le but de concurrencer les magasins à succursales multiples et les magasins à chaînes.

Graduellement, beaucoup d'autres services viennent se greffer à celui des achats comme la facturation centralisée, la publicité, la promotion d'une marque de commerce commune, l'aide à la gestion courante du magasin et à son contrôle. L'ampleur des services et le mode d'organisation varient d'un groupement d'achats à un autre et ceci est dû à leur multiplication rapide, chaque nouveau groupement désirant attirer dans son giron le plus de détaillants possible ou se spécialiser dans une catégorie de marchands de meubles. Il arrive, par exemple, que certains misent plutôt sur la qualité de leurs membres et essaient de créer

une image de professionnalisme. Pour d'autres, c'est la quantité des adhérents qui prime en vue de négocier de meilleurs prix auprès des manufacturiers.

Il y en a qui recrutent leurs membres à travers le Canada, d'autres qui s'associent à des groupements des autres provinces. La forme juridique varie aussi beaucoup. Il y a d'abord des groupements d'achats qui fonctionnent selon le principe des coopératives. Leur façon de procéder s'inspire à peu près de ce qui a été fait par Rona dans les quincailleries. Chaque détaillant est alors membre d'une coopérative. Il arrive que le groupement possède même un entrepôt centralisé. D'autres, par contre, se sont implantés comme des entreprises de services et exigent de leurs clients un certain pourcentage en fonction des services qu'ils leur rendent. A ce moment là, le détaillant n'est pas autre chose qu'un client qui adhère à une organisation en échange d'un certain nombre de services.

Mais il reste assez difficile de se retrouver avec la panoplie de groupements d'achats qui naissent de multiples façons et pour des raisons diverses. Ce qui complique beaucoup la situation, c'est que certains noms de groupements d'achats constituent aussi des entités juridiques, tandis que d'autres ne sont que des bannières qui recouvrent une infinité de groupements aux ramifications qui peuvent se dédoubler presque à l'infini.

L'évolution des groupements d'achats a été si rapide, au cours des dernières années, que très peu de détaillants au Québec et au Canada continuent d'évoluer de façon indépendante. Cette situation contribue à bouleverser de fond en comble le caractère régional de la distribution. Et il sera de moins en moins vrai de s'imaginer qu'il s'agit de lancer une entreprise de meubles dans un territoire où il n'y en a pas pour espérer s'accaparer le marché régional, puisque les achats se font, ou se négocient du moins, de plus en plus par de grandes organisations où les critères prix et qualité interviennent avant l'appartenance locale.

Dans l'industrie du meuble de maison comme dans beaucoup de secteurs industriels, il arrive souvent qu'on confonde "magasins a chaînes" et les "magasins à succursales multiples". Il importe pourtant de réserver le terme de magasins à chaînes pour les magasins a plusieurs points de vente appartenant au (x) même (s) propriétaire (s) et qui se spécialisent uniquement dans le meuble.

Il en existe peu au Québec répondant à cette définition. Les deux plus importants sont: Gagnon & Freres du Saguenay Lac-Saint-Jean avec 14 magasins et Légaré Woodhouse avec 82 magasins.

Les magasins à succursales multiples ou à rayons, pour leur part sont implantés dans la plupart des produits de consommation et réservent un espace spécial pour le meuble. Ce sont des magasins comme Sears, La Baie, Woolco, etc.

Il existe aussi de nombreux autres modes de distribution de meubles de maison. Il y a les magasins d'entrepôt comme Pascal ou l'accent est habituellement mis sur le prix établi au plus bas niveau possible afin d'assurer des ventes de masse. Il importe de spécifier cependant que l'évolution récente de cette corporation vers de grandes surfaces consacrées au meuble et où on présente des meubles de haute qualité à des prix beaucoup plus élevés a changé presque complètement l'orientation qui avait été adoptée jusqu'à maintenant.

Il existe aussi le cas de l'émergence des boutiques spécialisées qui, voulant contrer le gigantisme et l'impersonnalité de la vente de masse, tentent de conférer au client un service personnalisé. Ces boutiques offrent non seulement des meubles, mais aussi de nombreux articles faisant partie de la décoration intérieure.

Dû dans bien des cas à l'initiative de décorateurs-ensembliers ou de designers, ces types de commerces tentent habituellement de conseiller leurs clients sur l'ensemble de leur aménagement intérieur et il arrive même, dans certains cas, que le promoteur conçoive lui-même certains ensembles de meubles. En général, les boutiques se donnent une vocation

définie par la catégorie de meubles qu'ils veulent mettre en valeur, certaines se spécialisant dans les meubles en rotin, d'autres dans les meubles d'inspiration orientale, d'autres enfin, et c'est la grande vogue à l'heure actuelle, dans les meubles en kit.

il reste aussi une catégorie de spécialistes trop souvent négligée, mais qui peut accomplir beaucoup pour la cause de l'industrie du meuble au Québec, ce sont les décorateurs-ensembliers. Qu'ils travaillent comme conseillers pour des maisons reconnues ou à leur propre compte, leur tâche principale consiste à agir comme consultants pour aider leurs clients à planifier leur aménagement intérieur. Bien qu'il soit difficile de déterminer leur importance de façon systématique, on ne peut nier leur influence sur l'évolution des goûts du consommateur et de l'image de marque des manufacturiers en ce que les plus connus réussissent à agir sur les tendances au niveau des styles et de la conception même du meuble dans le cadre de vie du consommateur.

La part de marché des chaînes et des indépendants

Une étude beaucoup plus approfondie serait nécessaire pour déterminer avec exactitude l'évolution de la part relative de chacun de ces intermédiaires dans la distribution de meubles de maison au Québec et au Canada. Cependant, en examinant les tendances au cours des dernières années, on peut constater que les magasins indépendants dominent largement le marché au Québec et que leur proportion est plus grande au Québec qu'en Ontario et dans le reste du Canada comme en fait foi le tableau suivant:

TABLEAU 9

INDUSTRIE DE L'AMEUBLEMENT DE MAISON AU QUEBEC

PART DE MARCHE DES MAGASINS A SUCCURSALES

ET DES MAGASINS INDEPENDANTS

QUEBEC - ONTARIO - CANADA

1977 - 1981

REGIONS	TYPES DE MAGASINS	1977 %	1978 %	1979 %	1980 %	1981 %
Québec	à succursales	18,9	9,9	9,9	10,1	9,7
	indépendants	91,1	90,1	90,1	89,9	90,3
Ontario	à succursales	22,8	22,0	22,9	27,1	28,9
	indépendants	77,2	78,0	77,1	72,9	71,1
Canada	à succursles	15,5	15,2	15,3	18,8	19,3
	indépendants	84,5	84,8	84,7	81,2	80,7

Source: Statistique Canada, Catalogue 63-005.

Il importe de spécifier que les magasins indépendants incluent aussi les indépendants faisant partie de groupements d'achats.

En Ontario, on assiste à une évolution comparable bien que les indépendants contrôlent une part moins importante du marché. En 1977, elle s'élève à 77,2%. Une des explications possibles origine de ce que les groupements d'achats y ont joué un rôle beaucoup moins important qu'au Québec. Depuis la disparition au cours des dernières années de Stuart Living, il ne subsiste qu'un groupe majeur, Allied Furniture Distributions Ltd.

Mais son envergure ne souffre aucune comparaison avec les groupements d'achats du Québec et la raison majeure de sa formation était surtout de constituer une force vis-à-vis les fabricants d'appareils électroménagers et de regrouper seulement des magasins de grosses tailles (comme le groupe P.A.S. au Québec).

Toutefois, les magasins à chaînes exercent une influence beaucoup plus grande qu'au Québec. Leon's est doté de 14 établissements en Ontario et de seulement 2 au Québec. Parmi les autres magasins à chaînes importants, mentionnons Tyon's, Cherney et Stuart's.

Au niveau canadien, la prédominance des magasins indépendants se situe à mi-chemin entre la situation de l'Ontario et du Québec alors que de 84,5% du marché en 1977, leur part diminue à 80,7% en 1981.

Cependant, il faudrait se garder d'interpréter trop servilement ces statistiques. Car certains éléments récents risquent de transformer radicalement l'orientation de la mise en marché du meuble dans les années à venir. Il y a d'abord l'avènement de la chaîne IKEA qui chambarde complètement le concept de magasins de meuble traditionnel en y introduisant toute la gamme des produits à usage domestique qui sont, en partie, complémentaires au meuble. En outre, les surfaces de présentation sont immenses et on attache une importance primordiale à la qualité visuelle des décors. Le tout est accompagné d'une publcitié encore jamais vue dans l'industrie et de promotions dont l'originalité n'a d'égale que leur nombre.

Enfin, on instaure un concept de meubles démontables sur une échelle beaucoup plus élaborée où la salle de montre, une fois le choix effectué, fait place à un entrepôt qui devient un véritable libre-service du meuble. Il est encore trop tôt pour évaluer les conséquences d'un tel événement. Cependant, il appert que cela va contribuer à changer tous les réseaux de distribution existants les obligeant à s'ajuster en conséquence.

Aussi, à mesure que le marché évolue vers une certaine concentration de la distribution (groupements d'achats, chaînes, magasins à grandes surfaces), on remarque aussi un besoin de recréer des contacts plus personnels entre acheteurs et vendeurs. Cette exigence est plus facilement comblée par la boutique spécialisée.

CHAPITRE III

PRODUCTION

1. Planification de la production

Peu d'études, jusqu'à maintenant, se sont penchées, de façon systématique, sur la planification de la production dans l'industrie du meuble. Le Groupe d'études en Innovation Technologique, tentant d'évaluer l'horizon de planification des entreprises, aboutit au tableau suivant:

TABLEAU 10

INDUSTRIE QUEBECOISE DE L'AMEUBLEMENT DE MAISON EN BOIS

PERIODE DE PLANIFICATION DE LA PRODUCTION

1979

HORIZON DE PLANIFICATION	% DES ENTREPRISES
1 semaine	69
1 mois	59
3 mois	44
4 mois	26
6 mois	8
1 année	5

Source: Rapport sur l'industrie du meuble et des articles d'ameublement du Québec, sous-secteur: meubles de maison en bois, Groupe d'Etudes en Innovation Technologique L.V. Ltée, Laval, 1979, page 29.

Les principaux critères du lancement de fabrication sont: les commandes cumulées pour 85% des entreprises et/ou l'état des approvisionnements en matières premières pour 40%.(71) Mais il importe de remarquer que cette évaluation est basée sur une recherche effectuée jusqu'au début de 1979, alors que l'industrie du meuble de maison affichait une croissance passablement régulière.

Il était donc possible à ce moment-là, de prévoir une production continue en fonction de commandes qui entraient de façon à peu près uniforme d'une année à l'autre et d'un approvisionnement adéquat en matières premières. C'est ainsi qu'il était possible de conserver en mains un inventaire de produits finis ou de composantes pour plusieurs mois avec la certitude qu'ils seraient vendus dans des délais compatibles avec les coûts impliqués.

Depuis 1979, on a assisté à un ralentissement graduel de la demande qui a eu comme conséquence de faire diminuer à la fois le délai de planification de la production et l'envergure de l'inventaire de produits finis. Cependant, l'effet ressenti était encore assez peu perceptible.

Le principal virage est survenu surtout depuis le début de novembre 1981. (Même, au Salon du meuble de Montréal de juin 1981, le marché était demeuré relativement ferme et présentait des données comparables aux années précédentes). A ce moment, la montée fulgurante des taux d'intérêt combinée à une baisse drastique dans la construction domiciliaire et à une baisse sans précédent de la confiance du consommateur ont entraîné une diminution très importante de la demande sur le marché. Cette situation a amené le détaillant à réviser à la baisse son niveau d'inventaire puisqu'il n'était plus capable de le supporter à cause des taux d'intérêt et qu'il avait perdu l'assurance que les affaires

(71) Rapport sur l'industrie du meuble et des articles d'ameublement au Québec, sous-secteur: meubles de maison en bois, op. cit., page 29.

reprennent à brève échéance. Devant ce changement d'habitude du détaillant, les manufacturiers ont réagi rapidement en coupant presque complètement l'inventaire qu'ils gardaient jadis pour dépanner le détaillant.

C'est ainsi qu'ils ont pris la décision suivante: produire uniquement pour répondre à la demande, afin de restreindre leur inventaire de produits finis. Ceci a eu pour résultat, de réduire, de façon considérable, l'horizon de planification de la production du manufacturier, son inventaire de produits finis et de matières premières, rendant ainsi l'industrie beaucoup plus vulnérable devant une augmentation rapide de commandes venant des détaillants.

Il ne faudrait pas croire que c'est la première fois qu'une baisse se produisait dans le marché du meuble. Cependant, les indicateurs économiques ont affiché de telles variations qu'ils ont entraîné une remise en question beaucoup plus systématique de la planification de la production des entreprises et de leur niveau d'inventaire. Cette transformation a été si profonde que même lors de la reprise de 1983 et du début de 1984 les manufacturiers, conservant une attitude nettement plus défensive que par le passé, ont eu tendance à adopter des comportements qu'ils avaient développés au moment de la crise de 1981-1982.

2. Opérations de fabrication du meuble de maison

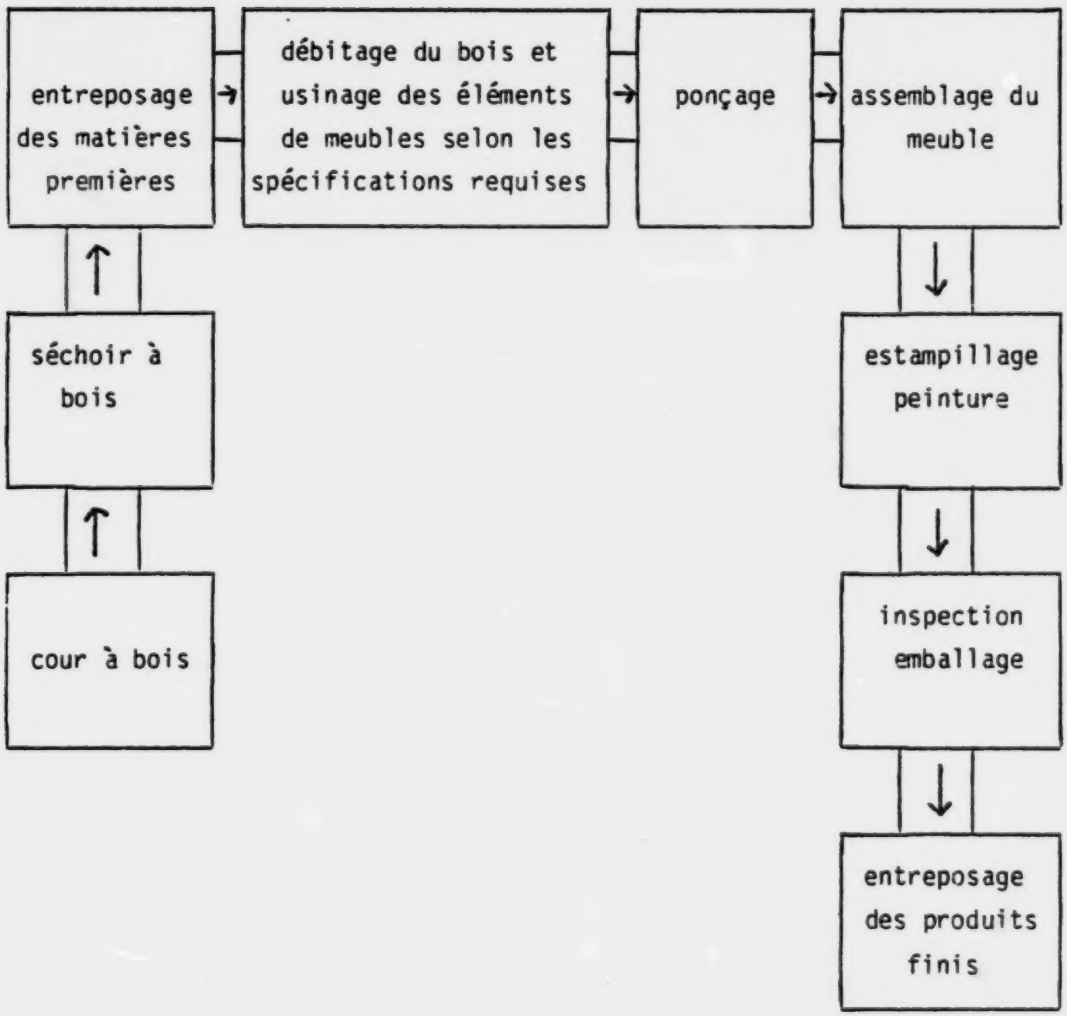
Si la planification de la production est un processus en pleine mutation au sein de cette industrie, il existe aussi une évolution des méthodes de fabrication, mais de façon beaucoup plus graduelle. A ce point de vue, il faut distinguer entre les meubles de maison en bois, les meubles de maison en métal et les meubles de maison rembourrés.

Meubles de maison en bois

La fabrication peut se diviser en trois phases principales: la préparation des différentes composantes de bois, l'assemblage et la finition.

Schématiquement, on pourrait représenter ainsi les différents départements requis depuis le bois en billes jusqu'au meuble:

TABLEAU 11
MEUBLES DE MAISON EN BOIS
CHAINE DE FABRICATION



Source: Direction générale de l'Industrie, avril 1984.

La préparation des composantes

Si nous prenons comme exemple la production d'une commode de bois franc, le processus suivra habituellement les étapes suivantes:

- Tronçonnage des planches de bois selon les plans et devis;

- Planage du dessus et du dessous des planches;

- Coupe des côtés des planches;

- Application de la colle sur les côtés des planches;

- Assemblage des panneaux formés de planches juxtaposées à l'aide d'un étau ou d'une colleuse électronique;

- Préparation des planches et des panneaux selon les spécifications de chacune des composantes: les panneaux sont coupés en fonction des dimensions des côtés et du dessus du meuble et ce, à l'aide d'une scie à ruban ou d'une scie-toupie qui coupe et moule simultanément suivant un gabarit;

- Rainurage: entaille longue et étroite dans la pièce de bois; une des méthodes utilisées dans l'assemblage;

- Mortaisage: une des méthodes d'assemblage qui consiste à façonner l'extrémité d'une pièce pour la faire entrer dans le trou de même équarrissage (mortaise) pratiqué dans une autre pièce. (par exemple, pour l'assemblage des tiroirs);

- Perçage: perforation d'une planche de part en part;

- Fraisage: usinage qui consiste à évaser l'orifice d'un trou dans lequel une vis ou tout autre objet doit être inséré;

- Ponçage: opération accomplie à l'aide d'une scie à ruban ou à la main conformément aux formes à sabler et à l'adaptabilité de l'équipement.

L'assemblage

L'assemblage comporte aussi des étapes nettement différenciées:

- Assemblage de la partie centrale du meuble;

- Assemblage des tiroirs;

- Pose des glissières de tiroir;

- Pose et ajustement des tiroirs;

- Estampillage du meuble, s'il y a lieu.

La finition

Une fois assemblé, le meuble doit recevoir le fini que requiert sa qualité et le degré de brillance qu'on désire lui conférer. Le nombre de couches de peinture, de vernis ou de laque varie habituellement de trois à quinze. La façon de procéder exige beaucoup d'attention. Les opérations suivantes en constituent la preuve:

- Application d'une couche de fond;

- Premier sablage;

- Application de peinture, ou teinture;

- Second sablage;

- Application d'une laque ou d'un vernis;

- Troisième sablage ou polissage;

- Possibilité de séchage à la chaleur après chaque application ou après la dernière couche seulement.

L'application de la peinture se fait exceptionnellement sur les composantes du meuble et non après assemblage dans le cas où le grain du bois est imprimé par pression d'un rouleau de caoutchouc sur lequel le grain du bois est continuellement renouvelé. Toutefois, l'application du vernis se fait après l'assemblage dans ce cas-ci également.

Après avoir franchi avec succès toutes ces transformations, le meuble doit subir l'épreuve de la vérification finale. C'est à ce moment-là seulement qu'il est emballé en vue d'être expédié au détaillant.

Meubles de maison en métal

Les meubles de maison en métal comprennent deux grandes catégories: les meubles tubulaires et les meubles fabriqués à partir des feuillards d'acier. Les feuillards d'acier étant principalement utilisés dans la fabrication de meubles de bureau (bureaux, filières), nous nous contenterons de préciser les étapes majeures de la fabrication de meubles de maison tubulaires.

Ce qui frappe à prime abord, c'est que cette fonction ne comporte que peu d'opérations quand on la compare avec le meuble de maison en bois. En voici donc les plus importantes:

- Coupe des tubes d'acier aux longueurs désirées;

- Sablage des bouts;

- Pliage des tubes aux longueurs et angles désirés;

- Fraisage des tubes;

- Soudure;

- Lavage des tubes pour les préparer à recevoir la peinture;

- Séchage;

- Application de la peinture;

- Cuisson de la peinture:

- Vérification;

- Emballage.

La plupart du temps, les meubles tubulaires sont livrés non assemblés. Le plan du montage et la quincaillerie nécessaire sont ajoutés lors de l'emballage.

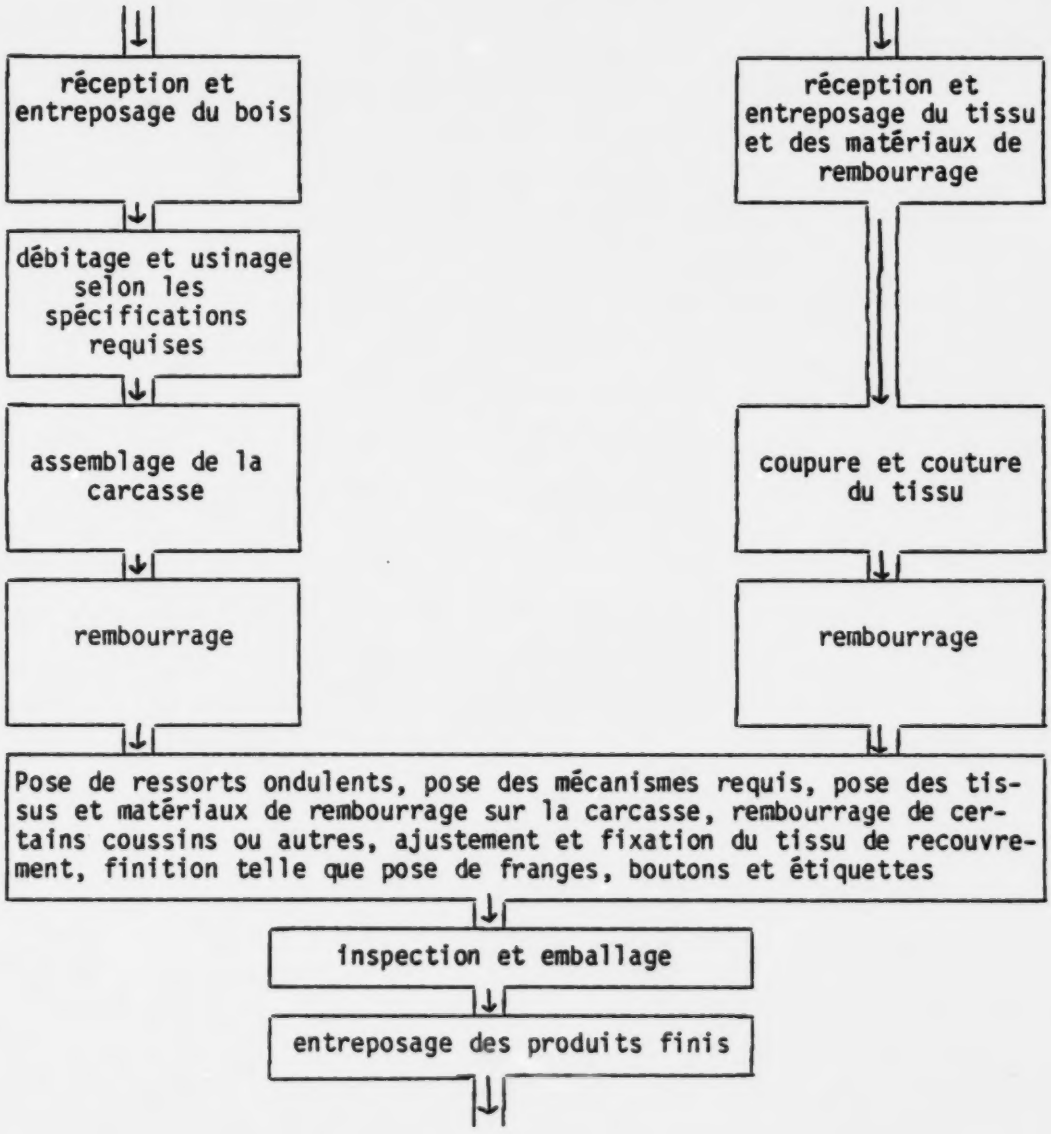
Meubles de maison rembourrés

La fabrication du meuble de maison rembourré est dotée de caractéristiques suffisamment distinctes pour qu'il vaille la peine de lui consacrer une place à part. La transformation en produit fini, dans ce cas, exige trois (3) étapes: la fabrication de la carcasse, la préparation du tissu et le rembourrage proprement dit. Les deux premières peuvent s'effectuer successivement ou en parallèle tandis que la dernière complète et ajoute la touche finale au produit.

Il semble important de disséquer chacune d'entre elles en ses éléments constitutifs. Le tableau suivant en trace un portrait-robot. On peut noter que ces étapes sont si bien différenciées qu'elles pourraient, presque, être exécutées par des entreprises distinctes. Cela se produit d'ailleurs assez fréquemment que l'une ou l'autre de ces opérations soit effectuée en sous-traitance.

TABLEAU 12

ETAPES DE FABRICATION DU MEUBLE DE MAISON REMBOURRE A CARCASSE DE BOIS



Source: Direction générale de l'industrie, avril 1984.

Fabrication de la carcasse

- débitage et coupe du bois;

- assemblage de la carcasse.

Préparation du tissu de recouvrement

- couper les différentes pièces (tissu et doublure) selon les spécifications;

- effectuer les coutures appropriées;

- préparer et coudre les franges, etc.

Rembourrage

- pose des ressorts;

- pose du mécanisme, s'il y a lieu, comme par exemple, pour un sommier de sofa-lit, pour un fauteuil inclinable, berçant et/ou pivotant;

- pose de tissus et de matériaux de rembourrage sur la carcasse du meuble;

- rembourrage de certaines parties ou des coussins à l'aide de mousse déchiquetée ou autre procédé selon le modèle et la qualité requise;

- ajustement du tissu de fixation;

- finition, comme pose de franges, boutons et étiquettes, etc.

Au Québec, le meuble rembourré est exclusivement constitué d'une carcasse de bois (bois mou) ou bois massif, de préférence de bois sec. Il existe cependant, une technologie différente qui origine d'Angleterre. Il s'agit d'une carcasse de "Polyfoam".

Une entreprise produisant ce type de carcasse s'est installée en Ontario il y a quelques années et une entreprise québécoise a tenté d'introduire cette technique de production dans sa chaîne de production.

Ce changement de matériau aurait nécessité des investissements excessifs en formation de personnel et on abandonna l'idée. Cette méthode de moulage de la carasse présentait cependant des avantages considérables vis-à-vis la méthode traditionnelle au point de vue légèreté: ce qui impliquait une réduction de l'effort physique pendant le rembourrage et une amélioration des conditions de transport et d'entreposage.

Meubles de maison en polyuréthane

Traditionnellement, le meuble de maison au Québec se confinait aux trois catégories suivantes: le meuble de bois, le meuble de métal et le meuble rembourré. Mais cela était vrai dans les périodes maintenant révolues de l'abondance des matières premières sur notre territoire, surtout du bois massif. Avec la pénurie grandissante de bois et l'augmentation des coûts de l'énergie qui rend l'approvisionnement plus coûteux à mesure que les sources s'éloignent de plus en plus, il est devenu impérieux de découvrir des substituts au bois qui tenteront de l'imiter le plus fidèlement possible. C'est dans cette optique que se sont développés les meubles en polyuréthane.

Pour les fabriquer, il faut d'abord exécuter un prototype en bois dont chacune des parties servira à la préparation d'un moule de caoutchouc silicone qui essaiera de respecter jusqu'au grain du bois. C'est ce moule qui sera ensuite utilisé pour façonner les composantes de polyuréthane qui doivent, dans toute la mesure du possible, épouser les caractéristiques du prototype original. Il est à remarquer que la ressemblance est à ce point frappante que seul un oeil très averti peut déceler la différence.

Le processus plus détaillé suit les étapes suivantes:

- on dépose le moule de silicone dans un cadre de bois pour lui conférer de la rigidité et ainsi éviter qu'il ne se déforme;

- on vaporise le moule d'un produit qui sert d'apprêt tout en empêchant que le polyuréthane ne colle au fond lors du démoulage;

- on coule dans chacun des moules une quantité de polyuréthane liquide spécifique. Au moment de l'éjection, le polyuréthane est mélangé à un produit provoquant une réaction de polymérisation;

- on recouvre le tout d'un papier spécial, que l'on doit d'ailleurs importer des Etats-Unis, afin d'éviter qu'en gonflant, le polyuréthane ne déborde du moule;

- on démoule la composante de polyuréthane durcie;

- on applique des couches de peinture de finition;

- on assemble les différentes composantes.

Meubles de maison en mélamine

La fabrication de meubles de maison en mélamine consiste, comme le disait un manufacturier, plutôt en une activité d'assemblage qu'en une activité de fabrication. Car au lieu d'utiliser du bois brut, on travaille avec un produit qui intègre son propre fini, le panneau d'agglomérés recouvert de mélamine. Il arrive très rarement que le manufacturier produit lui-même ses panneaux de mélamine. Cela implique un procédé fort complexe qui exige un équipement très spécialisé. En outre, la mélamine en feuille qui doit être réfrigérée, a tendance à casser et ne peut être conservée plus de trois (3) mois. Il peut donc devenir très onéreux pour une entreprise d'en garder un inventaire considérable.

Si on compare la fabrication de meubles en mélamine aux autres catégories de meubles, force nous est de constater qu'elle est plus simple et, en général, plus rapide puisqu'elle requiert des opérations moins nombreuses. On passe habituellement par le processus suivant:

- coupe de panneaux aux dimensions requises;

- sablage des côtés;

- pose du vinyle sur les côtés;

- perçage;

- assemblage avec goujons et colle (de préférence);

- pose de la quincaillerie: pentures, miroirs, éclairage, etc.

3. Installations et équipements

L'analyse des méthodes de fabrication serait inutile si, par la même occasion, on ne s'interrogeait pas sur la qualité des installations et des équipements de production.

L'industrie québécoise du meuble de maison étant beaucoup plus ancienne que l'industrie québécoise du meuble de bureau, il est tout a fait normal que ses usines soient, en général, plus vétustes et moins bien adaptées aux exigences de la technologie moderne. L'âge moyen des établissements se situe entre trente ans et quarante ans et il est rare que la chaîne de production soit concentrée sur un seul étage.

Deux phénomènes viennent en freiner l'efficacité: soit que les opérations de production soient éparpillées sur plusieurs palliers, soit que, d'une usine aux dimensions très restreintes, on soit passé, au fil des années, à une usine très considérable par des agrandissements débouchant dans toutes les directions sans un plan préconçu. Dans ce cas, il arrive fréquemment qu'on oublie d'intégrer a l'ensemble du systeme une nouvelle ligne de montage ou une nouvelle opération.

L'enquête du Groupe d'Etudes en Innovation Technologique révèle que la superficie des usines varie de 4 000 à 350 000 pieds carrés avec une moyenne de 80 000 pieds carrés.(72)

Il importe, cependant, de ne pas conclure qu'une meilleure productivité origine nécessairement des installations les plus considérables. Car, au sein de l'industrie, tous sont au courant du cas d'une usine de près de 400 000 pieds carrés qui possédait sept niveaux différents et une infinité d'espaces perdus. Cette usine s'est construit la réputation d'être une des moins productives du Québec et elle a même fermé ses portes définitivement.

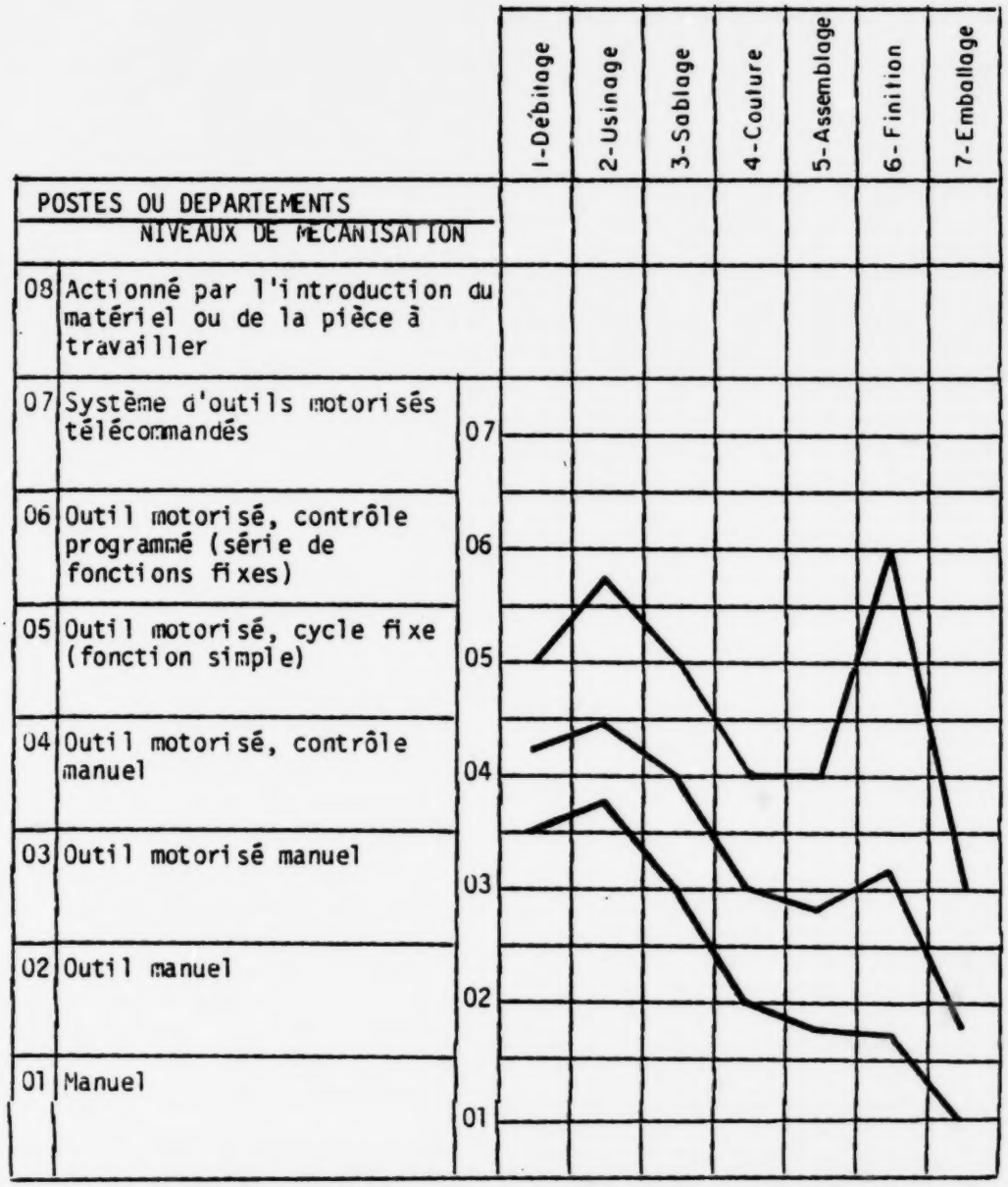
Pour déterminer le niveau d'automatisation de la production, la même étude a tenté d'évaluer dans quelle mesure on était porté à utiliser de la machinerie spécialisée à l'intérieur de chaque département:

(72) Rapport sur l'industrie du meuble et des articles d'ameublement du Québec, sous-secteur: meubles de maison en bois, op. cit., page 32.

GRAPHIQUE II

INDUSTRIE QUEBECOISE DE L'AMEUBLEMENT DE MAISON EN BOIS

DEGRE D'AUTOMATISATION DE LA PRODUCTION



Source: Rapport sur l'industrie du meuble et des articles d'ameublement au Québec, sous-secteur: meubles de maison en bois, op. cit., page 24.

Mentionnons d'abord que la première courbe donne le maximum retrouvé dans chacun des départements, la deuxième, la moyenne par département et la troisième, le minimum dans chacun des départements. Les trois premiers départements sont dotés de plus de machines sophistiquées que les trois derniers. Le sommet le plus élevé dans la mécanisation est atteint par le département de finition et ceci s'explique par le fait que les chambres à peinture sont ordinairement actionnées par une chaîne intégrée de convoyeurs. En général, il semble donc que le niveau de mécanisation est plutôt mitigé.

Une autre méthode pour juger de l'efficacité de la production consiste à observer le passage des composantes d'un département à un autre. A ce sujet, la même enquête porte un jugement assez sévère:

> "La planification de la manutention est à peu près inexistante, on déplace les matériaux au besoin, même si 46% des entreprises ont de 1 à 8 personnes affectées à la manutention."(73)

Un indice de l'efficacité du mouvement des produits en cours à l'intérieur de l'usine tient à la présence de convoyeurs. En ce qui a trait à l'industrie du meuble de maison, il importe de ne pas interpréter ce phénomène trop au pied de la lettre. Bien qu'un bon nombre d'établissements soient dotés de convoyeurs, il reste que certains n'en n'ont que dans des sections très limitées et plusieurs n'en possèdent aucun. Peu d'entreprises peuvent compter sur un système véritablement rationnel de convoyeurs à travers toute l'usine. Le graphique suivant en fournit d'ailleurs une preuve assez éloquente:

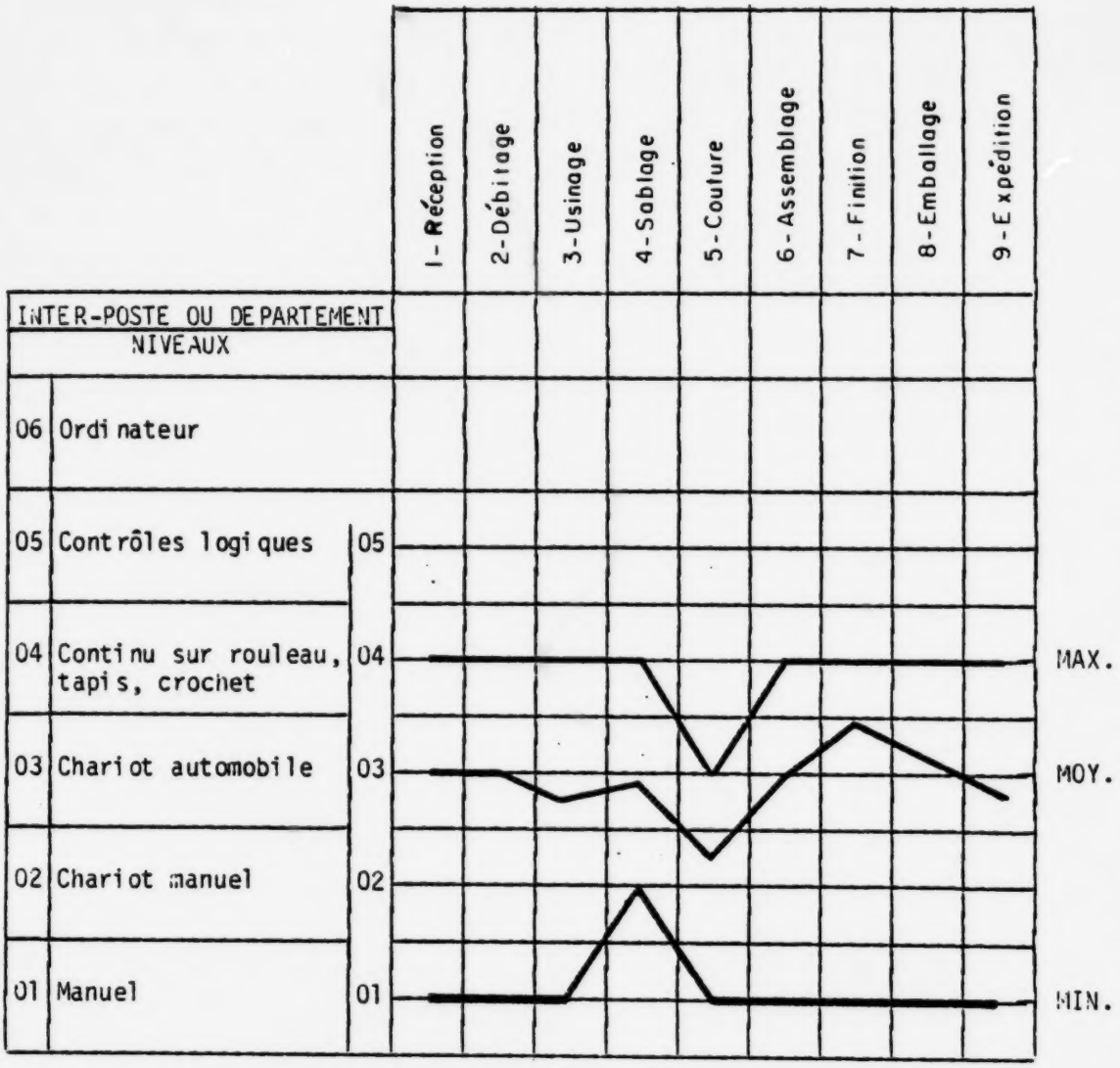
---

(73) Rapport sur l'industrie du meuble et des articles d'ameublement au Québec, sous-secteur: meubles de maison en bois, op. cit., page 25.

GRAPHIQUE III

INDUSTRIE QUEBECOISE DE L'AMEUBLEMENT DE MAISON EN BOIS

NIVEAUX DE MANUTENTION A L'INTERIEUR DES DEPARTEMENTS DE LA PRODUCTION



Source: Rapport sur l'industrie du meuble et des articles d'ameublement au Quebec, sous-secteur: meubles de maison en bois, op. cit., page 25.

Cependant, les équipements de production sont passablement récents: 83% des entreprises peuvent compter sur de la machinerie datant de moins de 10 ans. 50% seulement de celle-ci est achetée neuve et cela s'explique par le fait que l'industrie du meuble de maison est une industrie passablement ancienne et qu'elle comporte de très nombreuses entreprises. La majorité de l'équipement spécialisé tire son origine des Etats-Unis, de l'Allemagne, de l'Italie et du Japon. Il faut, cependant, souligner l'importance grandissante de deux manufacturiers québécois de machinerie pour l'industrie du meuble. Paul Sicotte Inc. et Jos. Poitras & Fils Ltée.

Nous ne possédons pas de statistiques séparées sur les investissements en machinerie et équipement pour l'industrie de l'ameublement de maison seulement. Cependant, il ne faut pas oublier que les considérations suivantes sont basées sur des données dont ce secteur est en bonne partie responsable, puisqu'il est le plus considérable. Ce sujet est traité de façon assez claire dans le document de réflexion déposé par le Secrétariat des conférences socio-économiques sur le meuble le 28 et 29 juin 1983:

> "Les investissements en machinerie et équipement stagnent au Québec depuis au moins une quinzaine d'annéees. Apres un sommet de 16,2 millions $ en 1974, ils ont accusé une baisse de 39,5% de 12,4 a 7,5 millions $ de 1975 a 1978; ils ont connu ensuite un léger progres jusqu'en 1981 pour atteindre la somme de 13,9 millions $.
>
> L'année 1982 s'avere particulierement faible avec seulement 6,9 millions $ d'investissement. Ceci indique que les manufacturiers auraient diminué leurs investissements de 50% par rapport a l'année précédente. Il n'est donc pas

surprenant de constater que la part relative des immobilisations québécoises dans l'ensemble de l'industrie canadienne a chuté de 50,4% en 1976 à 16,4% en 1982.

Le profil de l'évolution des investissements est nettement plus favorable en Ontario. Cette province se classe au premier rang de l'industrie canadienne du meuble au chapitre des investissements totaux avec une proportion de 45,6% en 1975, 57,3% en 1980 et 75,9% en 1982".(74)

TABLEAU 13

INDUSTRIE DU MEUBLE ET DES ARTICLES D'AMEUBLEMENT

EVOLUTION DE LA VALEUR DES IMMOBILISATIONS

QUEBEC, ONTARIO, CANADA

1975 - 1982

(000 000 $)

	VALEUR DES IMMOBILISATIONS QUEBEC	VARIATION EN %	VALEUR DES IMMOBILISATIONS ONTARIO	VARIATION EN %	VALEUR DES IMMOBILISATIONS CANADA	VARIATION EN %
1975	12,4		13,6		29,8	
1976	10,7	-13,7	6,7	-50,7	21,2	-
1977	8,5	-20,5	9,9	+47,7	20,9	-
1978	7,5	-11,7	7,6	-23,2	19,2	- 8,1
1979	11,1	+48,0	12,1	+59,2	29,0	+51,0
1980	10,5	-	18,0	+48,7	31,5	+ 4,9
1981*	13,9	+32,3	36,9	+10,5	53,4	+69,0
1982**	6,9	-50,0	31,9	-13,5	42,0	-21,3

* Provisoires - ** Prévisions
Source: Statistique Canada, catalogue 61-206.

(74) Etat de la situation, Le meuble, Document de réflexion déposé par le Secrétariat permanent des conférences socio-économiques a la conférence sur l'industrie du meuble, Montréal, 28 et 29 juin 1983, pages 19 et 20.

L'enquête du Groupe d'Etudes en Innovation Technologique a tenté d'évaluer la qualité de l'ordonnancement actuel des installations et des équipements à l'intérieur de l'usine. Le tableau suivant révèle qu'autant les manufacturiers et les enquêteurs constatent de nombreux points faibles:

TABLEAU 14

INDUSTRIE DE L'AMEUBLEMENT DE MAISON EN BOIS

EVALUATION DE L'AMENAGEMENT DE L'USINE

AMENAGEMENT JUGE	INTERVIEWE	INTERVIEWER
Satisfaisant	38%	27%
Quelques améliorations souhaitables	41%	49%
Réaménagement important requis	21%	24%

Source: Rapport sur l'industrie du meuble et des articles d'ameublement au Québec, sous-secteur: meubles de maison en bois, op. cit., page 33.

Il apparaît assez problématique de définir, de façon précise, l'investissement requis pour l'implantation d'une nouvelle entreprise de meubles de maison au Québec. On peut tout de même se servir d'un exemple récent de relocalisation d'une entreprise existante dans une toute nouvelle usine dotée de l'équipement et de la machinerie parmi les plus modernes au Canada. Un tel projet aurait coûté de 2,5 millions à 3 millions de dollars pour une installation se situant dans la moyenne de ce qui existe présentement au Québec.

Il importe de souligner que ces données ne sont mentionnées qu'à titre indicatif. Elles ne présument en rien de la nécessité de lancer des projets de nouvelles entreprises dans ce secteur. Bien au contraire, il faut penser à rationaliser et à consolider ce qui existe déjà plutôt qu'à favoriser de nouvelles implantations.

4. Produits

A- Principales composantes de la gamme

Avant de tenter d'analyser le meuble des années 80 qui devient de plus en plus un concept en mutation rapide et constante, il nous est apparu important de tenter de cerner d'un peu plus près les principaux éléments qui constituent la source même des catégories majeures d'ameublement de maison.

Les meubles en bois

Les meubles en bois comprennent d'abord les mobiliers de chambre à coucher. C'est de loin la portion la plus importante.(75) De 1970 à 1981, la valeur des livraisons canadiennes de mobilier de chambre à coucher en bois est passée de 64,6 millions à 214,1 millions, soit une augmentation moyenne annuelle de 19%. La croissance suit une courbe en ascension continuelle jusqu'en 1975 où on enregistre une légère baisse de 126,2 à 113,8 millions. Les mobiliers de salle à dîner suivent dans l'ordre, mais leur importance est beaucoup moins grande. Au cours de la même période, la croissance moyenne annuelle est de 44,6%, alors que les expéditions canadiennes évoluent de 22,5 à 143,1 millions.

---

(75) Tableau XLV - Industrie de l'ameublement de maison en bois - Evolution des livraisons canadiennes de propre fabrication par catégories majeures - 1970 à 1983, page 233.

Les ensembles de salon en bois acquièrent quand même une place assez significative, mais avec des livraisons qui progressent moins rapidement que celles des meubles de salle à dîner.

En 1970, leur valeur s'établit à 25,7 millions et en 1981, à 106,4 millions. Une des explications possibles à la montée grandissante de cette catégorie tient à la popularité phénoménale enregistrée par les unités murales qui, après des débuts plutôt modestes, sont en train de devenir un des éléments-clés de tout aménagement intérieur surtout depuis que le système de meuble non assemblé modulaire a fait son apparition.

Un dernier jalon vient compléter ce segment de marché. Ce sont les meubles divers en bois qui incluent: les meubles pour enfants, les meubles d'extérieur, les coffres en cèdre et les cabinets pour phonographes, radios et téléviseurs. Si on réunit tous ces types de mobilier en un tout, de 1970 à 1981, on constate une augmentation moins rapide qui va de 35,2 millions à 137,1 millions.

Les meubles en métal

La valeur des livraisons canadiennes de meubles de maison en métal est passée de 36,5 millions en 1970 à 131,7 millions en 1983. De ce total, le mobilier de salle à dîner s'accapare la plus grande part. De 1970 à 1980, la production canadienne de ce type de mobilier a atteint 42,5 millions soit le double de ce qu'elle était en 1970.(76)

Les meubles d'extérieur peuvent compter sur une évolution beaucoup plus favorable avec des expéditions qui sont multipliées par six au cours de la même période (26,9 millions par rapport à 4,4 millions).

---

(76) Voir Tableau XLVI - Industrie de l'ameublement de maison en métal - Evolution des livraisons canadiennes de propre fabrication par catégories majeures - 1970 à 1983, page 234.

Enfin, les meubles pour enfants dont l'importance était négligeable avec 600 000 $ de production en 1970, commencent à prendre du "poil de la bête" avec 13,1 millions en 1981. A noter que cette croissance s'explique très facilement par l'engouement des consommateurs pour les meubles tubulaires en kit.

Les meubles rembourrés

Cette catégorie se situe à mi-chemin entre les meubles en bois et les meubles en métal dans la production canadienne. Les ensembles de salon complet dominent nettement avec au delà de 60% de tous les meubles rembourrés. En 1970, ils représentaient une valeur de 69,1 millions et en 1981, 278,6 millions.(77) Au cours de la même période, les meubles de salon individuels ont connu une hausse de 10,8 millions à 66,6 millions.

En dernier ressort, les fauteuils de salon ont aussi amélioré leur place au soleil avec des livraisons qui s'élèvent à 51,5 millions en 1981 tandis qu'en 1971, elles s'établissaient à 19,6 millions.

B- Evolution du concept

Il fut un temps où l'industrie de l'ameublement de maison pouvait épuiser à peu près complètement sa gamme de produits en parlant de meubles de maison en bois, meubles de maison en métal et de meubles de maison rembourrés. Ou bien on définissait les meubles de maison selon la pièce à laquelle ils étaient destinés. C'est ainsi qu'on pouvait les classifier en meubles de salle à dîner, de salle de séjour, de chambre à coucher et en meubles d'extérieur.

(77) Voir Tableau XLVII - Industrie de l'ameublement de maison rembourré - Evolution des livraisons canadiennes de propre fabrication par catégories majeures - 1970 à 1983, page 235.

Se contenter de conserver de nos jours la même approche équivaudrait à escamoter une bonne partie du mobilier résidentiel des années 30. D'abord, il importe de préciser les principales matières premières qui servent le plus communément.

Si on remonte dans le temps, on constate que le bois a toujours constitué le symbole le plus frappant et le plus naturel qui ait été associé au mobilier de maison. Aussi, il a toujours été lié étroitement à la main de l'artisan qui, à l'origine, devait trimer dur pour le façonner, en faire ressortir toute la beauté et la variété de ses chants. En outre, le bois, comme tout être vivant, a une histoire qui se dessine et se précise selon la forme et le fini que l'on désire lui conférer.

Un autre élément qui lui donne aussi toute sa valeur tient aux nombreux obstacles que le bois doit traverser pour devenir meuble. Par exemple, on sait que le bois est porté à gonfler dans une atmosphère humide et à se contracter en présence d'air sec. De même, on constate que des difficultés temporaires peuvent survenir dans des conditions extrêmes de température ou d'humidité. Un des exemples les plus communs consiste dans le blocage des tiroirs.

L'exposition à des conditions atmosphériques en constante mutation peut aussi amener le bois à se fendre ou à se déformer. C'est pourquoi, il est important d'être méticuleux dans le choix, le traitement, les étapes et les produits utilisés pour la finition.

Le bois, dans un premier temps, est séché sur place et, dans un deuxième temps, à l'étuve afin de réduire considérablement sa portion d'humidité. Toutes ces précautions ne visent qu'un but: faire en sorte que le bois demeure stable tout au long de la fabrication du meuble et puisse s'adapter aux différentes conditions qui caractérisent les habitations d'aujourd'hui.

Avec l'évolution passablement rapide qui tend à remplacer de plus en plus le bois solide par différentes sortes de nouveaux matériaux, on serait porté à penser qu'il n'existe, à toute fin utile, à peu près aucun meuble se servant de bois naturel. La réalité est toute autre. Car parallèlement à un fort courant vers le meuble de style moderne et contemporain qui est conçu surtout à partir des panneaux de différentes catégories, il subsiste une bonne proportion de consommateurs qui préfèrent encore le meuble de style traditionnel (colonial, "early american", rustique, espagnol, ancien québécois) en bois massif et qui considèrent le meuble plutôt comme une partie de leur patrimoine destiné à prendre de la valeur avec le temps.

Il faudrait se garder d'interpréter cette constante dans l'absolu. Car il arrive que des meubles de style moderne ou contemporain et même des meubles en kit soient construits à partir du bois massif (par exemple le merisier ou le pin).

Il est intéressant de souligner que le Canada renferme une centaine d'essences de bois durs et de bois tendres qui font l'objet d'une mise en marché. Parmi ces essences, certaines se prêtent davantage à la fabrication de meubles que d'autres et il importe de préciser que ce ne sont pas non plus toutes les catégories qui peuvent servir. Le meuble exige du bois qu'on appelle communément "furniture grade".

C'est pourquoi, malgré l'abondance et la richesse de nos fôrets, il arrive communément que nous soyions quand même forcés d'importer, surtout des Etats-Unis, des essences de bois soit parce qu'il n'y en a plus du tout au Canada, soit que le peu qui reste est inadéquat pour fabriquer du meuble.

Au cours des dernières années, la popularité du chêne et du pin est montée en flèche auprès des fabricants de meubles. Or la grande majorité provient des Etats-Unis et l'effet de cette augmentation de

la demande a fait monter les prix de façon exorbitante. Il est donc difficile de considérer que le facteur de la proximité des matières premières pour les fabricants québécois ou canadiens puisse encore être considérée comme un avantage concurrentiel. Dans une conférence prononcée le 3 décembre 1979, M. André Fortier, professeur à l'Ecole québécoise du meuble et du bois ouvré, a donné une description très intéressante des principales essences utilisées par les fabricants de meubles et de leurs caractéristiques:

"L'érable, porte une couleur variant du blanc au jaune, en grain serré, peu de dessin, il est apprécié pour sa solidité.

Le pin, de couleur jaune pâle et blanc, prend de la patine avec l'âge, bois tendre, il faut éviter de l'utiliser sur les dessus, souvent noueux, attrayant, il présente l'avantage de résister facilement aux changements d'humidité.

Le chêne, les blancs et les rouges sont les plus populaires, de qualité exceptionnelle, bois dur, résistant, solide, poreux avec grain prononcé, c'est un bois difficile à travailler par conséquent, il sera utilisé dans un style simple.

Le noyer, bois dur moyen, depuis longtemps il est le grand favori des acheteurs, se travaille facilement, grain superbe, dessin droit et ondulé, bois poreux et solide, de couleur brun clair à brun foncé.

L'acajou, riches couleurs du saumon au rouge foncé, bois aristocrate, importé des Tropiques, d'Amérique et d'Afrique, facile à travailler, grain entrecroisé, petites pores, ce bois donne des dessins merveilleux.

Le cerisier, bois de couleur brun rougeâtre, modérément dur, résistant.

L'orme, grain dur et poreux, de couleurs variées, brun clair, aux tons de rouge brique, grain chaleureux, très populaire, peut s'accomoder d'une grande variété de finis.

Le merisier, considéré comme l'essence la plus utilisée, il présente une grande résistance, il peut être modifié de façon à ressembler à d'autres bois."(78)

C'est ainsi que la première famille de meubles de maison appelés meubles en bois massif comportent habituellement toutes leurs parties extérieures et apparentes (façade, côtés, dessus) en bois massif. Par contre, les parties intérieures (structure, tablettes, fond, derrière) peuvent être fabriquées à partir d'autres matériaux comme contre-plaqués, panneaux d'agglomérés, panneaux de particules, etc.

Même si le bois est doté de multiples avantages, les conditions atmosphériques changeantes sont susceptibles de lui faire subir de nombreuses transformations. C'est ainsi que, pour contrer ce problème, on a songé à fragmenter "l'épaisseur de la pièce de bois en couches minces et à la reconstituer en inversant et en croisant le fil du bois afin de neutraliser le retrait". C'est ainsi que sont nés les meubles en panneaux de placage.

Plus économique que le bois massif, ce matériau est doté d'un grain intéressant et peut recevoir de façon beaucoup plus souple que le bois, les formes courbes. En règle générale, ces types de panneaux comportent de trois (3) à dix-sept (17) couches, terminées par deux (2) ou quatre (4) couches extérieures coupées à 1mm de pouce d'épais

(78) Fortier, André B., Le Meuble un mode de vie, conférence prononcée devant les membres de la Corporation des marchands de meubles du Québec, Québec, Auberge des Gouverneurs, 3 décembre 1979, page 6 et 7.

et une partie centrale appelée "âme" constituée de planches en bois massif, de fibres ou de particules de bois. Chaque épaisseur est collée à angle droit contre la couche voisine. Le résultat de toute cette opération: des panneaux solides et très durables. Un autre avantage du contre-plaqué, c'est qu'il demeure presque à l'abri des risques de gondolage, de craquelage et de fendillement.

La couche extérieure de chaque côté du panneau peut être conçue à partir des bois les plus beaux et les plus sophistiqués tout en respectant un prix raisonnable.

Une certaine distinction s'impose entre les différentes catégories de contre-plaqués qui peuvent recevoir des appellations diverses selon la technique de fabrication et le nombre de plis.

Les panneaux multiples

Comprennent un nombre impair de feuilles (3-5-7...17) d'une épaisseur de 1 à 3mm. L'obtention de panneaux plus épais se fait en augmentant le nombre de plis.

Les panneaux à âme

C'est un genre de latte qui est dotée de pièces de bois de forte épaisseur. Les deux faces du panneau se terminent par un, deux ou trois plis minces.

Dans le cas des panneaux de particules, l'âme est constituée de particules de bois mélangées à de la résine synthétique. Les deux faces, sont recouvertes d'une ou deux épaisseurs de placage mince.

Enfin, les panneaux d'agglomérés (communément appelés panneaux de "massonite") sont faits de poussière de bois et de colle. Généralement de faible épaisseur (3-5-7mm), ils sont souvent utilisés sans placage.

Les meubles en contre-plaqué constituent la deuxième catégorie. Ils peuvent intégrer certaines parties en bois massif comme les pieds et les montants. Cependant, dans la majorité des cas, ils se servent de panneaux ou d'éléments formés d'une partie centrale de nature variable (panneaux de particules, panneaux d'agglomérés, etc) recouverts de chaque côté d'un placage en bois de chêne, noyer, merisier, palissandre, pin, teck, bois de rose, etc.

Plusieurs combinaisons de panneaux et de bois massif peuvent être utilisées. Par exemple, il arrive fréquemment qu'on construit le bâti en bois massif et le reste en panneaux de contre-plaqué. Enfin, il existe aussi un troisième type de meubles, les meubles en contre-plaqué imprimé, dont la reproduction du grain naturel du bois est maintenant imprimée directement sur le bois.

Il ne saurait être question de passer complètement sous silence les recherches continuelles qui sont effectuées sur l'utilisation de matériaux autres que le bois dans la fabrication de meubles de maison: l'acier, les matières plastiques, la fibre de verre, l'acétate. A mesure que les formes, l'apparence et l'utilisation des meubles varient de plus en plus, il importe que des recherches soient menées sur de nouveaux matériaux et de nouvelles façons d'en tirer le meilleur parti possible.

S'il est possible de catégoriser les meubles de maison à partir de la matière première principale qui les constitue, il n'en demeure pas moins important de constater une évolution majeure dans la perception que le consommateur s'en fait.

Ainsi, déjà dans le sondage du MICT de 1972, on avait insisté sur la tendance assez prononcée du consommateur à se procurer des meubles séparés, sauf pour le mobilier de la chambre à coucher des adultes. D'après cette étude, le pourcentage des achats de meubles acquis

séparément par le consommateur s'élevait à 59% dans le cas des meubles de chambre à coucher d'enfants, 52% dans le cas des meubles de salon et 35% dans le cas des meubles de salle à manger.(79)

La même constante a été décelée dans l'enquête de Ernst & Ernst de 1978 et même avec des signes de progression continuelle. La plupart des gens interviewés étaient d'accord pour affirmer que même si, au cours des prochaines années la demande pour des ensembles de meubles demeurera assez ferme, il faudra compter avec une propension pour certains consommateurs à conférer à chaque pièce de sa maison un caractère original et distinctif qui exige des meubles différents par le style ou l'apparence d'une pièce à l'autre. Il y a même certains consommateurs qui utilisent des meubles de style différent pour une même pièce. Un expert québécois a bien défini les principaux besoins auxquels répondent les meubles individuels:

> "Les meubles individuels reflètent les goûts plus personnalisés des jeunes et des moins jeunes, permettant de mieux répondre à des besoins de mode, de mobilité et de flexibilité des québécois."(80)

L'aboutissement ultime de cette tendance vers le meuble individuel conduit même à le considérer de plus en plus comme un véritable concept avant de lui assigner une place et une fonction clairement définies. Cette évolution prend d'abord sa source dans les préoccupations quotidiennes des consommateurs:

---

(79) Profil de l'industrie québécoise du meuble de maison, André Taillefer et Douglas Barker, ministère de l'Industrie, du Commerce et du Tourisme, Direction générale de l'industrie, page 28.

(80) Marché du meuble de maison au Québec, évolution, tendances, et stratégies de marketing, (Le), op. cit., page 215.

> "Il convient, disait Ginette Gadoury, de s'interroger sur ce que sera notre style de vie dans quelques années, sur la manière dont nous occuperons nos temps libres et sur la façon dont nous nous y prendrons pour valoriser notre avoir...Il y a tout lieu de croire que les tendances économiques des années 70 vont se poursuivre. On entendra encore parler d'inflation, de chômage, de taux d'intérêt, d'énergie et de conservation des ressources.
>
> Ces préoccupations d'ordre économique finissent par projeter une certaine angoisse sur le citoyen qui voudra, dès lors, aménager son domicile comme un havre de tranquilité face au monde extérieur."(81)

En outre, la réduction de l'espace disponible conduit à l'émergence de nouveaux concepts d'habitation comme les condominiums, les maisons en rangée dont les pièces n'étant pas toujours définies de façon traditionnelle, exigent des meubles pouvant remplir de multiples fonctions et même d'utiliser la même pièce selon des vocations différentes selon les moments de la journée:

> "Si l'on considère, par exemple, la réduction de l'espace habitable, il faut faire plus que repenser la dimension des meubles.

---

(81) Le propos du mois, allocution de Ginette Gadoury à l'occasion des conférences nationales sur l'habitation dans les années 80, Decormag, juin 1982, page 7.

> Il faut presque du même coup songer au jumelage des fonctions...Est-ce à dire que nous nous acheminons vers un style de vie à la japonaise selon lequel une chambre à coucher se transforme en quelque chose d'autre le jour?".(82)

Mais il y a aussi les besoins de changer le décor, d'environnement, que les meubles devront de plus en plus satisfaire à mesure que le consommateur deviendra plus avisé et plus enclin à faire de sa maison son cadre de vie permanent:

> "Nous sommes peut-être à l'aube d'une époque où les gens iront au magasin en quête de meubles qu'ils pourront modifier, changer ou enlever au gré de leur fantaisie, mais sans rien retrancher du cachet général de leur maison."(83)

Cependant, il ne faudrait pas donner dans l'autre extrême, car il existe aussi une autre tendance chez le consommateur à préférer acheter ses meubles par collection épousant le même style. Dans cette optique, certains manufacturiers québécois ont développé de véritables ensembles qui ont pour but de donner au consommateur le goût de les conserver comme de véritables pierres précieuses. On retrouve ces collections surtout chez les fabricants de meubles de style traditionnel. Cependant, elles existent aussi dans le meuble de style moderne ou contemporain lorsque le fabricant se donne comme objectif de réaliser une gamme de meubles à caractère exclusif.

---

(82) Le propos du mois, op. cit., page 7.

(83) Le propos du mois, op. cit., page 7.

A travers toutes ces tendances, il importe de toute urgence que l'industrie du meuble du Québec s'efforce de définir les contours d'un meuble qui lui serait propre afin de présenter tant sur le marché national qu'international une image de marque caractéristique de son talent et de ses potentialités immenses. Mais cette renaissance de notre industrie ne doit pas passer par une espèce de négation de notre patrimoine:

> "La grande vogue des maisons anciennes et des meubles canadiens se veut un hommage à la persévérance et à la sagesse de nos arrières-grands-parents.
>
> Maintenant que le stade de l'émerveillement est passé, il convient de tirer des leçons pour l'avenir. Cet enseignement que nous apporte notre patrimoine doit nous inciter à chercher à notre tour des solutions durables aux problèmes contemporains qui nous assaillent."(84)

(84) Le propos du mois, op. cit. page 8.

CHAPITRE IV

LA MAIN-D'OEUVRE

Suivant en cela l'exemple de nombreux secteurs dits "traditionnels", l'industrie de l'ameublement de maison est demeurée, au cours des années, une industrie où un fort besoin de main-d'oeuvre est une caractéristique dominante. Et cela est d'autant plus vrai dans une industrie où la main de l'artisan a encore une large part.

L'étude de l'évolution du niveau de l'emploi dans l'industrie canadienne de l'ameublement de maison nous amène d'abord à nous rendre compte que le nombre de travailleurs est passé de 17 635 en 1970 à 23 199 en 1983, soit une augmentation totale de 33,5%.

Le moins que l'on puisse dire pour caractériser cette progression, c'est qu'elle est traversée par des hauts et des bas très nombreux.(85) On peut distinguer 4 phases.

D'abord il y a celle qui va de 1970 à 1974, période de croissance continue où on passe de 17 635 à 23 771 emplois, soit une augmentation de 34,7%.

De 1974 à 1977, une période de baisse lente d'abord, mais qui s'accentue par la suite et aboutit à 20 363 en 1977.

De 1977 à 1979, une nouvelle période favorable succède à la baisse et le nombre d'emplois atteint son point culminant avec 24 003 en 1979.

De 1980 à 1983, période de crise économique, chaque année de baisse est suivie par une année de hausse et ainsi de suite. En 1982, le Canada

---

(85) Voir Tableau VII - Industrie de l'ameublement de maison - Evolutio du nombre d'emplois selon les provinces canadiennes - 1970 à 1983, page 188.

atteint son niveau le plus bas depuis 1971 avec 19 136 emplois. Le Québec a connu une situation à peu près semblable.

Entre 1970 et 1974, l'industrie québécoise a connu une croissance de 2 738 emplois alors qu'elle est passée de 7 237 à 9 975, soit une augmentation de 37,8% par rapport à 34,7% au niveau canadien. L'année la moins florissante pour les emplois est atteinte en 1982 avec 7 402 emplois et la meilleure a été 1979 avec 10 046 emplois. Au cours de la crise économique de 1982 et de la période qui a suivi, le Québec a suivi la tendance canadienne. En 1970, le Québec détenait 41% de la force ouvrière de l'industrie du meuble au Canada et en 1983, il avait perdu du terrain et n'en contrôlait plus que 38,5%. C'est l'Ontario qui est le principal bénéficiaire alors que sa part grimpe de 47,2% en 1970 à 49,2% en 1983.

Ce phénomène conduit inévitablement à constater que la taille des entreprises ontariennes est relativement plus considérable que celle des entreprises québécoises. C'est ainsi qu'une analyse de l'évolution du nombre d'emplois par entreprise conduit à la conclusion suivante: de 1970 à 1983, la moyenne d'emplois par entreprise est constamment plus élevée en Ontario qu'au Québec.(86) En 1970, cette moyenne au Québec s'élève à 24,3 par rapport à 31,2 pour l'Ontario. Le niveau le plus élevé est atteint en 1976 avec 35,8 emplois, mais l'Ontario domine encore avec 39,7. Par la suite, l'écart s'élargit de plus en plus de sorte qu'en 1983, la moyenne québécoise est de 22,3 et celle de l'Ontario de 36,8.

L'industrie québécoise de l'ameublement de maison employait donc, en 1983, 8 950 travailleurs dont le niveau de scolarité est présenté dans le tableau suivant:

(86) Voir Tableau XLVIII - Industrie de l'ameublement de maison - Evolution du nombre d'emplois par entreprise - Québec-Ontario - 1970 à 1983, page 236.

TABLEAU 15

INDUSTRIE QUEBECOISE DE L'AMEUBLEMENT DE MAISON EN BOIS

NIVEAUX DE SCOLARITE SELON LES FONCTIONS

	PERSONNEL DE PRODUCTION	PERSONNEL DE BUREAU ET CADRE	PERSONNEL DE VENTES
Cours universitaire	5% ont 1	61% ont de 1 à 5	15% ont 1
Cours d'école technique ou CEGEP	39% ont de 1 à 12	78% ont de 1 à 15	69% ont de 1 à 8
Cours d'école secondaire	78% ont de 1 à 17	93% ont de 1 à 40	31% ont de 1 à 9
Cours inférieur à secondaire V	93% ont de 1 à 21	22% ont de 1 à 5	8% ont de 1 à 6

Source: Rapport sur l'industrie du meuble et des articles d'ameublement au Québec, sous-secteur: meubles de maison en bois, op. cit., page 36.

On constate aussi que le niveau de scolarité est plus élevé pour les cadres, le personnel de bureau et le département des ventes. La même étude révèle que 51% des entreprises font appel aux services d'un designer industriel soit à temps plein soit à temps partiel.

Cette donnée est assez paradoxale si on considère la situation réelle des entreprises. Une des explications viendrait probablement de la confusion entre designer industriel, dessinateur industriel, styliste, etc. Si on se réfère à la notion de designer ayant une véritable formation de designer industriel, il semble que cette proportion ne dépasserait

pas 10% des entreprises. Il importe de souligner cependant qu'il se produit un éveil graduel chez les manufacturiers pour recourir de plus en plus à des professionnels en ce domaine et à faire du design une fonction intégrée au sein de l'entreprise.

Cette étude a aussi tenté de déterminer le degré de difficulté rencontré par les entreprises à recruter des personnes compétentes. La conclusion à ce chapitre est assez inquiétante:

> "La difficulté de recruter du personnel se fait sentir dans 74% des entreprises. Elle se situe à différents niveaux, mais le plus important est celui de la main-d'oeuvre de production spécialisée pour 79% des entreprises. Quant aux autres catégories, c'est-à-dire cadre, production non-spécialisée, bureau, les difficultés sont à peu près égales."(87)

Quand on parle de travailleurs spécialisés, on fait référence surtout à ceux qui exécutent des tâches de précision comme la finition.

Le taux de syndicalisation des travailleurs de l'industrie du meuble n'est pas très élevé, quoiqu'il soit en progression continuelle. Globalement, on estime généralement qu'environ un tiers de la main-d'oeuvre appartiendrait à un syndicat. La proportion d'appartenance à l'un ou l'autre des organismes syndicaux serait à peu près la suivante:

---

(87) Rapport sur l'industrie du meuble et des articles d'ameublement au Québec, sous-secteur: meubles de maison en bois, op. cit., page 42.

TABLEAU 16

INDUSTRIE QUEBECOISE DE L'AMEUBLEMENT DE MAISON

SYNDICALISATION SELON LES CENTRALES SYNDICALES

NOM DU SYNDICAT	AFFILIE A	% DES SYNDIQUES
La C.S.D.	------	50%
Union internationale des rembourreurs de l'Amérique du Nord	C.T.C.	20 à 30%
Union des imprimeurs de Jacques Cartier	F.T.Q.	10%
Les Métallurgistes unis d'Amérique	F.T.Q.	7%
L'Union des teamsters local 973		5%
La C.S.N.		5%

La rémunération

Si on examine le tableau qui présente le salaire hebdomadaire moyen des salariés de l'industrie du meuble pour le mois de novembre 1982 au Québec, en Ontario et dans l'ensemble du Canada, force nous est de constater que d'abord, la rémunération versée par l'industrie du meuble se situe en dessous de celle de l'ensemble du secteur manufacturier canadien.(88)

(88) Voir Tableau XLIX - Industrie du meuble et ensemble du secteur manufacturier - Rémunération hebdomadaire moyenne - Québec-Ontario-Canada - novembre 1982, page 237.

En outre, et c'est un phénomène communément admis, l'ensemble des salariés dans l'industrie du meuble de maison gagnent, en moyenne, 326,02 $ par semaine par rapport à 306,38 $ en Ontario et 310,16 $ dans l'ensemble du Canada.

Dans le cas des ouvriers, cette moyenne se situe à 302,13 $ pour le Québec et à 279,90 $ pour l'Ontario et à 287,30 $ pour l'ensemble de l'industrie du meuble de maison canadienne.

Bien que la moyenne d'heures hebdomadaires au Québec soit sensiblement supérieure à celle de l'Ontario et du Canada, ce facteur ne réussit pas à expliquer tout l'écart.(89) Le salaire horaire moyen est plus élevé avec 7,56 $ au Québec en comparaison de 7,32 $ en Ontario et de 7,41 $ dans l'ensemble du Canada.

Il semble aussi intéressant de se demander s'il existe des écarts importants dans les salaires selon les tâches accomplies au sein de l'usine. Une enquête effectuée par Travail Canada conduit à des conclusions très intéressantes.(90) Par exemple, on remarque que le salaire le plus élevé payé en 81 était accordé à l'assembleur des meubles en métal: 7,97 $ dans la région de Montréal, mais la même tâche était rémunérée à 6,28 $ dans la région de Trois-Rivières. Et le salaire le plus bas était octroyé au manutentionneur de meubles lourds, (4,50 $) dans la région de l'Estrie.

Il appert que les taux varient habituellement en fonction de la complexité de la tâche.

---

(89) Voir Tableau L - Industrie du meuble et ensemble du secteur manufacturier - Taux horaire moyen et durée hebdomadaire moyenne de travail - Ouvriers de l'industrie du meuble - Québec-Ontario-Canada - novembre 1982, page 238.

(90) Voir Tableau LI - Industrie du meuble au Québec - Taux de salaire horaire moyen par région pour les professions les plus achalandées - fin septembre 1981, page 239.

Cependant, la perception de cet aspect varie passablement d'une région a une autre. Globalement, on peut remarquer que c'est dans la région de l'Estrie que la moyenne des salaires a tendance a être la plus faible de toutes les régions du Québec.

Une autre comparaison qui s'impose consiste a comparer nos salaires avec ceux payés aux Etats-Unis dans l'industrie du meuble. Selon les statistiques officielles, le taux horaire brut moyen payé aux Etats-Unis est inférieur a celui du Québec et du Canada.(91) En excluant le surtemps, le taux pour l'ensemble de l'industrie du meuble était de 6,27$ U.S. En septembre 82 par rapport a 7,69 $ au Canada et a 7,64 $ pour le Québec dans l'industrie du meuble de maison, l'écart est encore plus grand: aux U.S.A., il s'élève a 5,90 $ U.S., en comparaison de 7,56 $ au Québec et de 7,41 $ au Canada.

Le taux le plus bas aux U.S.A. concerne les meubles de maison en bois avec 5,40 $ U.S. Si on compare avec 7,56 $ du Québec, c'est un écart de presque 2,00 $ l'heure. Même en tenant compte d'un taux de change de 20%, le salaire horaire moyen dans le meuble de maison en bois a 6,48 $ se situerait encore a plus d'un dollar l'heure de différence. Il semblerait superflu d'ajouter que ce facteur nuit considérablement a la compétitivité de notre industrie si au surplus on considere que ses entreprises sont de taille beaucoup plus modeste que les concurrents américains.

Si on compare maintenant les salaires selon les différents états américains, force nous est de constater qu'ils sont tres disparates d'un état a un autre.(92)

---

(91) Voir Tableau LII - Taux horaires moyens bruts et heures hebdomadaires moyennes de travail - Employés a la production dans l'industrie du meuble et l'ensemble du secteur manufacturier - Canada-Etats-Unis, septembre 1982, page 240.

(92) Voir Tableau LIII - Taux horaires bruts moyens et heures hebdomadaires de travail - Employés a la production dans l'ensemble du secteur manufacturier dans quelques états américains et au Canada - Septembre 1982, page 241.

Faute de statistiques précises sur l'industrie du meuble, le rapprochement sera effectué entre les taux horaires moyens de l'ensemble des secteurs manufacturiers. Ainsi, on se rend compte que le salaire horaire moyen de la Caroline du Nord, où existe une concentration majeure des plus importants fabricants de meubles aux Etats-Unis, était de 6,38 $ U.S. en septembre 1982 par rapport à un taux moyen de 8,59 $ US pour l'ensemble des Etats-Unis et de 9,50 $ pour le Québec. Si on ajuste ces taux en fonction d'un taux de change de 32 à 37% depuis 1983, on obtient un écart de près de 2,00 $ l'heure (7,65 $ U.S., 9,80 $). Et il n'est même pas sûr que ce taux moyen pour la Caroline du Nord ne soit pas plus bas dans le meuble. Car il n'y a pas si longtemps, on rémunérait encore à 4,00 $ l'heure.

On a souvent eu tendance dans le passé à établir une relation de cause à effet entre les taux de salaire dans l'industrie du meuble et le salaire minimum légal. Or si on compare le salaire minimum du Québec avec ceux des autres provinces, on constate qu'il est égal à celui du Manitoba et qu'il n'est dépassé que par celui de la Saskatchewan à 4,25 $.(93) L'écart le plus grand se trouve avec celui du fédéral et de l'Ontario qui s'établit à 3,50 $.

Dans les états américains, le salaire minimum est sensiblement inférieur à celui du Québec.(94) Cependant en tenant compte du taux de change, on constate que beaucoup d'états s'en rapprochent grandement. Par exemple en Caroline du Nord et New York avec 3,35 $ qui devient 4,02 $. Certains états demeurent quand même en deçà: le Delaware avec 2,40 $, l'Illinois avec 2,76 $, la Georgie avec 1,50 $, le Maine avec 2,76 $, l'Ohio avec 2,76 $, le Rhode Island avec 3,72 $, la Virginie avec 3,18 $ et la Virginie de l'Ouest avec 3,66 $.

---

(93) Voir Tableau LIV - Salaires minima canadiens - Taux généraux pour les 18 ans et plus, page 242.

(94) Voir Tableau LV - Taux de salaire minimum du gouvernement fédéral américain et taux minima prévalant dans certains états américains, page 243.

Les relations de travail

Dans le passé, les relations de travail dans l'industrie du meuble au Québec étaient régies par deux décrets. D'abord le décret s'appliquant à la literie et au rembourrage qui porte le numéro 505 et qui remonte au 7 mai 1952. Ce décret est administré par le Comité paritaire de l'industrie de la literie et du rembourrage. Un autre décret s'adresse à tous les manufacturiers de meubles et articles d'ameublement autres que ceux de matelas et de meubles rembourrés. Il est daté du 17 novembre 1965 et tombe sous la responsabilité du Comité paritaire de l'industrie du meuble au Québec. En principe, chaque Comité paritaire était formé d'officiers de l'A.F.M.Q. et de représentants syndicaux afin de régler toute question de relations de travail découlant de l'application des décrets et de négocier leur prolongement ou leur remplacement par un nouveau, s'il y a lieu.

En résumé, les décrets stipulent les normes minimales de travail auxquelles doivent se soumettre les manufacturiers de meubles, par exemple les taux de salaire de base, la durée de travail et les heures supplémentaires, les primes au rendement, les périodes de repos, les jours fériés, les congés annuels, etc. Pour arriver à faire respecter les décrets, les Comités paritaires sont dotés d'inspecteurs qui visitent les entreprises tous les 3 mois. Pour leur part, les manufacturiers sont tenus de faire parvenir aux comités paritaires un rapport statistique mensuel sur le nombre d'employés, les heures travaillées, les salaires de base, les primes au rendement, les jours de fête et de vacances et le temps supplémentaire.

C'est ainsi qu'à tous les trois mois, les comités publient des statistiques complètes sur tous les éléments qui composent le salaire et ce, selon la taille des usines.

Le Comité paritaire de l'industrie de la literie et du rembourrage a été dissout le 30 décembre 1981. A cette date, le décret avait abouti à son échéance. Or les parties ne sont pas arrivées à s'entendre pour le pro-

longer ou l'amender. Dans l'intervalle, les conditions de travail étaient dictées par les lois générales qui s'appliquent aux autres secteurs industriels comme le Code du travail, la Loi sur les normes minimales de travail, la Loi sur la santé et la sécurité du travail, la Charte des droits et libertés de la personne, etc. Le décret de l'industrie du meuble a été aboli en décembre 1982 après qu'il eût été extensionné du 30 avril au 30 juin et du 30 juin au 31 décembre de la même année. Le Comité paritaire a aussi été dissout au 31 décembre 1982.

A compter de 1983, des négociations se sont poursuivies entre l'A.F.M.Q. et les représentants des travailleurs. En date du 21 septembre 1983, un nouveau décret portant le numéro 1809-83 intitulé "Décret sur l'industrie du meuble" a été annoncé officiellement dans la Gazette Officielle du Québec. Le principal changement par rapport aux anciens décrets, stipule qu'il s'applique à toute l'industrie du meuble et que la literie et le rembourrage en font partie intégrante. Aussi, par un règlement daté du 1er février 1984, on annonce la constitution prochaine d'un nouveau comité paritaire qui verra à l'administration de ce nouveau décret. Ce nouveau comité remplace les deux qui avaient été dissous.

Ce décret fixe le salaire horaire moyen minimum des employés de l'usine à 6,30 $ l'heure.

Le présent décret fut donc en vigueur jusqu'au 31 décembre 1984 et se renouvellera automatiquement le 1er janvier de chaque année à moins que l'une des parties contractantes ne donne un avis contraire au Ministre du Travail entre le 90ième et le 60ième jour précédant sa date d'expiration.

CHAPITRE V

PROTECTION DE L'ENVIRONNEMENT

L'industrie de l'ameublement de maison, tout comme l'industrie de l'ameublement de bureau, n'est pas aussi souvent que d'autres secteurs industriels la cible de critiques acerbes sur la détérioration de l'environnement. Cependant, cela ne signifie pas pour autant qu'elle soit à l'abri de tous les efforts entrepris dans ce domaine.

Deux aspects semblent particulièrement d'intérêt pour l'industrie du meuble de maison: la pollution par le bruit et la pollution par l'air.

Il y a d'abord le règlement relatif à la quantité des matières parcellaires permises dans l'atmosphère. Ce règlement paru dans la Gazette Officielle du 14 novembre 1979 prévoyait une mise en application de décembre 1979 à juillet 1983. Devant de nombreuses protestations des manufacturiers de meubles et de d'autres secteurs industriels, cette loi n'a pas encore été mise en application de façon systématique. Cependant, son coût d'application, selon des réactions préliminaires, serait passablement élevé.

Un autre règlement dont la mise en vigueur devait avoir lieu en juin 1981 concerne les peintures, vernis et solvants. Or les difficultés et les coûts reliés à son application ont retardé jusqu'à maintenant l'entrée en vigueur de cette loi qui, paraît-il, ne trouverait pas d'équivalent ni en Ontario ni aux Etats-Unis.

Une des solutions à ce problème serait d'utiliser des peintures, laques et vernis à l'eau au lieu de celles à base d'nydrocarbures. Or la recherche n'a pas encore permis d'aboutir à des conclusions valables à ce sujet.

CONCLUSION

Caractérisée depuis ses origines par un éventail considérable d'entreprises de taille relativement modeste, l'industrie québécoise de l'ameublement de maison a eu tendance à perdre constamment du terrain au bénéfice de son plus sérieux concurrent canadien, l'industrie ontarienne. De caractère plutôt familial et artisanal, cette industrie a vécu pendant longtemps en vase clos se contentant de répondre aux besoins de consommateurs moins exigeants, mais surtout moins changeants.

Avec l'évolution rapide de la société, ou plutôt des sociétés, il s'est développé un tout nouveau mode de vie pour le consommateur qui l'a amené à remettre tout en question y compris sa façon de se loger et d'aménager son intérieur.

Cette évolution a amené l'industrie de l'ameublement de maison à se recycler et à développer des produits qui sortaient complètement des sentiers battus. De nouveaux concepts de meubles, venus surtout des européens, ont contribué à changer graduellement les règles du jeu. C'est ainsi que l'industrie québécoise de l'ameublement de maison se trouve aujourd'hui confrontée avec une concurrence internationale difficile à contrer.

La conception même du meuble de maison est en train de se transformer radicalement. Au lieu de se confiner à des catégories précises selon la matière première, son utilisation ou la pièce de la maison à laquelle il est destiné, le meuble devient de plus en plus un concept, une philosophie d'aménagement de l'espace où la fonction et la définition d'un cadre de vie confortable et harmonieux a la préséance. C'est là la signification du sigle de l'Association des fabricants de meubles du Québec: "Le meuble, un mode de vie".

Un autre élément aussi est en train de faire son chemin. C'est l'importance relative conférée au style de meuble. Il semble un fait accompli que le style moderne et contemporain sont en nette progression sur le style traditionnel. Cependant, cette constatation ne rend compte que d'une partie de la réalité seulement. Ce qu'on retrouve de plus en plus, c'est plutôt un mariage de styles plutôt que des styles à l'état pur. Ce phénomène semble correspondre à une mutation chez le consommateur qui répugne à définir ses préférences à l'aide de concepts plus ou moins figés. Il préfère tantôt des meubles d'une facture, tantôt d'une autre. John Naisbit, dans son livre Megatrends, affirme:

> "Les américains ne vivent plus dans un monde de soit de chocolat soit de vanille, mais les gens ont demandé et sont en train d'obtenir une multitude de choix... du traditionnel à l'innovateur...."

Le Québec a su, au cours des années, se tailler une place importante dans l'industrie de l'ameublement de maison. Même s'il lui reste de nombreux obstacles à franchir pour affirmer son identité, il est permis de penser qu'elle a tout en main pour relever les défis posés par une évolution très poussée du comportement des consommateurs, de la concurrence internationale et du développement technologique.

Cette industrie a été liée intimement aux origines de la société québécoise. Il appartient à ses artisans d'nier et d'aujourd'nui d'en forger une force pour l'avenir.

TABLEAU I

INDUSTRIE DE L'AMEUBLEMENT DE MAISON

STATISTIQUES PRINCIPALES - QUEBEC-ONTARIO-CANADA

1970 A 1974

ANNEE	REGION	NOMBRE D'ENTREP.	EMPLOIS	SALAIRES (000 $)	COUT DU COMBUSTIBLE ET DE L'ELECTRICITE (000 $)	COUT DES MATIERES ET FURNITURES (000 $)	VALEUR AJOUTEE (000 $)	VALEUR DES LIVRAISONS (000 $)	VAR. EN %	% DE LA PRODUCTION CANADIENNE
1970	QUEBEC	297	7 237	32 054	1 322	64 276	72 144	137 593		40,4
	ONTARIO	267	8 333	42 316	1 569	75 773	86 345	163 046		47,8
	CANADA	712	17 635	84 459	3 208	159 834	178 626	340 914		-
1971	QUEBEC	289	7 940	38 203	1 555	75 178	86 290	163 018	+ 18.5	42,0
	ONTARIO	255	8 619	46 799	1 670	87 747	95 072	183 253	+ 12.4	47,3
	CANADA	681	18 561	95 261	3 525	182 781	202 613	387 584	+ 13.6	-
1972	QUEBEC	283	8 781	45 268	1 815	97 565	104 723	202 873	+ 24.4	41,2
	ONTARIO	249	10 255	60 416	2 055	117 827	123 826	240 454	+ 31.2	48,8
	CANADA	667	21 233	117 900	4 215	238 409	254 712	492 510	+ 27.0	-
1973	QUEBEC	285	9 832	55 222	2 187	119 288	126 274	243 522	+ 20.0	41,2
	ONTARIO	242	10 570	67 650	2 080	142 175	144 504	285 166	+ 18.6	48,3
	CANADA	655	22 728	137 668	4 659	290 682	303 833	590 980	+ 19.9	-
1974	QUEBEC	302	9 975	65 531	2 757	142 729	152 504	292 982	+ 20.3	41,2
	ONTARIO	283	11 214	81 748	2 703	176 819	168 134	340 541	+ 19.4	47,9
	CANADA	721	23 771	166 257	5 962	358 929	360 291	711 455	+ 20.3	

Source: Statistique Canada, catalogue 35-211, 35-216, 1970 à 1981.
Statistique Canada, Estimations préliminaires, 1982-1983.
Association des fabricants de meubles du Québec, Stat Service, 1982-1983.
Direction générale de l'industrie, Estimations (avril 1984), 1982-1983.

Suite...

...Suite

TABLEAU I

INDUSTRIE DE L'AMEUBLEMENT DE MAISON

STATISTIQUES PRINCIPALES - QUEBEC-ONTARIO-CANADA

1975 A 1979

ANNEE	REGION	NOMBRE D'ENTREP.	EMPLOIS	SALAIRES (000 $)	COUT DU COMBUSTIBLE ET DE L'ELECTRICITE (000 $)	COUT DES MATIERES ET FURNITURES (000 $)	VALEUR AJOUTEE (000 $)	VALEUR DES LIVRAISONS (000 $)	VAR. EN %	% DE LA PRODUCTION CANADIENNE
1975	QUEBEC	291	9 409	68 565	2 848	128 153	144 971	275 400	- 6.0	39,6
	ONTARIO	281	10 883	86 766	2 973	161 673	167 171	333 040	- 2.2	47,9
	CANADA	708	23 133	177 929	6 478	330 501	359 666	695 436	- 2.2	-
1976	QUEBEC	262	9 390	81 613	3 422	145 404	165 443	310 466	+12.7	40,3
	ONTARIO	268	10 656	97 785	3 496	188 400	190 294	375 127	+12.6	48,7
	CANADA	653	22 633	202 099	7 666	372 812	402 238	770 123	+10.7	-
1977	QUEBEC	257	8 015	77 207	3 579	130 634	163 437	296 000	- 4.7	39,0
	ONTARIO	259	9 891	94 779	4 175	181 045	185 210	371 623	- 0.9	48,9
	CANADA	639	20 363	194 500	8 600	357 105	393 494	759 439	- 1.4	-
1978	QUEBEC	320	9 050	93 640	4 221	163 899	183 349	350 472	+18.4	39,5
	ONTARIO	308	10 369	109 082	4 321	209 020	223 592	437 312	+17.7	49,3
	CANADA	779	21 793	226 307	9 504	420 546	459 442	887 615	+16.8	-
1979	QUEBEC	343	10 046	112 688	4 664	199 769	223 995	423 466	+20.8	39,1
	ONTARIO	341	11 340	133 311	5 249	261 525	276 730	537 083	+22.8	49,6
	CANADA	844	24 003	274 267	11 035	523 750	561 054	1 083 395	+22.0	-

Suite...

...Suite

TABLEAU I

INDUSTRIE DE L'AMEUBLEMENT DE MAISON

STATISTIQUES PRINCIPALES - QUEBEC-ONTARIO-CANADA

1980 A 1983

ANNEE	REGION	NOMBRE D'ENTREP.	EMPLOIS	SALAIRES (000 $)	COUT DU COMBUSTIBLE ET DE L'ELECTRICITE (000 $)	COUT DES MATIERES ET FURNITURES (000 $)	VALEUR AJOUTEE (000 $)	VALEUR DES LIVRAISONS (000 $)	VAR. EN %	% DE LA PRODUCTION CANADIENNE
1980	QUEBEC	393	8 818	108 779	5 655	195 397	227 099	423 069	-	36,3
	ONTARIO	343	11 269	142 968	5 744	291 808	302 222	596 527	+ 11,0	51,2
	CANADA	901	22 802	283 824	12 651	559 906	600 740	1 164 210	+ 7,4	-
1981	QUEBEC	419	9 061	123 335	6 594	225 914	267 722	495 722	+ 17,1	37,1
	ONTARIO	323	11 435	160 689	17 153	343 293	357 183	678 006	+ 13,6	50,0
	CANADA	912	23 251	319 917	15 173	649 235	686 545	1 334 659	+ 14,6	-
1982	QUEBEC	386	7 402	N.D.	N.D.	N.D.	N.D.	415 300	- 16,1	34,6
	ONTARIO	285	9 411	N.D.	N.D.	N.D.	N.D.	593 500	- 12,4	49,5
	CANADA	826	19 136	N.D.	N.D.	N.D.	N.D.	1 199 000	- 10,1	-
1983	QUEBEC	401	8 950	N.D.	N.D.	N.D.	N.D.	498 000	+ 19,9	32,9
	ONTARIO	310	11 415	N.D.	N.D.	N D.	N.D.	698 100	+ 17,6	51,5
	CANADA	867	23 199	N.D.	N.D.	N.D.	N.D.	1 380 500	+ 15,1	-

TABLEAU II

INDUSTRIE DE L'AMEUBLEMENT DE MAISON

EVOLUTION DU NOMBRE D'ENTREPRISES SELON LES PROVINCES CANADIENNES

1934 A 1983

ANNEE	CANADA	QUEBEC	ONTARIO	AUTRES PROVINCES
1934	401	94	206	101
1945	623	198	241	181
1955	1 822	593	712	497
1965	1 702	536	694	472
1970	712	297	267	148
1980	901	393	343	165
1983	867	401	310	156

Source: Statistique Canada, catalogue 35-202, 35-211, 1934 à 1980.
Direction générale de l'industrie, Estimations, 1983.

TABLEAU III

INDUSTRIE DE L'AMEUBLEMENT DE MAISON

EVOLUTION DES LIVRAISONS CANADIENNES DE PROPRE FABRICATION

1934 A 1983

(000 000 $)

CATEGORIES	1934	1940	1945	1950	1955	1960	1965	1970	1980	1983
Meubles de maison en bois	6,0	12,6	22,3	40,0	45,2	71,8	106,1	143,0	513,2	664,7
Meubles de maison en métal	N.D.	N.D.	N.D.	13,3	17,8	24,1	33,5	34,6	104,1	131,5
Meubles rembourrés	4,0	7,8	12,6	36,8	52,1	56,5	80,0	102,7	373,6	480,2
Autres	N.D.	N.D.	N.D.	N.D.	N.D.	N.D.	N.D.	37,3	173,3	103,9
TOTAL:	10,0	20,4	34,9	90,1	115,1	152,4	219,6	340,9	1 164,2	1 380,5

Source: Statistique Canada, catalogue 35-202, 35-211, 1934 à 1980.
Statistique Canada, Estimations préliminaires, 1983.

TABLEAU IV

INDUSTRIE DE L'AMEUBLEMENT DE MAISON

EVOLUTION DE LA REPARTITION DE LA PRODUCTION CANADIENNE

ENTRE LES CATEGORIES MAJEURES

1970 A 1976

(000 000 $)

ANNEE	Total	Bois		Métal		Rembourré		Autres	
	Valeur	Valeur	%	Valeur	%	Valeur	%	Valeur	%
1970	340,9	148,1	43,4	36,5	10,7	119,0	34,9	37,3	11,0
1971	387,5	167,4	43,2	41,4	10,6	135,8	35,0	42,9	11,2
1972	492,5	204,8	41,5	55,5	11,2	173,7	35,2	58,5	12,1
1973	591,0	242,6	41,7	64,9	10,9	222,1	37,5	61,4	9,9
1974	711,4	302,9	42,5	76,0	10,6	257,9	36,2	74,6	10,7
1975	695,4	276,7	39,7	71,4	10,2	246,3	35,4	101,0	14,7
1976	770,1	304,5	39,5	76,7	9,9	273,9	35,5	115,0	15,1

Source: Statistique Canada, catalogue 35-211, 35-216, 1970 à 1981.
Statistique Canada, Estimations préliminaires, 1982-1983.
Association des fabricants de meubles du Québec, Stat service, 1982-1983.
Direction générale de l'industrie, Estimations (avril 1984), 1982-1983.

Suite...

...Suite

TABLEAU IV

INDUSTRIE DE L'AMEUBLEMENT DE MAISON

EVOLUTION DE LA REPARTITION DE LA PRODUCTION CANADIENNE

ENTRE LES CATEGORIES MAJEURES

1977 A 1983

(000 000 $)

ANNEE	Total	Bois		Métal		Rembourré		Autres	
	Valeur	Valeur	%	Valeur	%	Valeur	%	Valeur	%
1977	759,4	304,8	40,1	85,0	10,6	272,1	35,8	102,0	13,5
1978	887,6	379,1	42,7	85,8	9,6	299,0	33,6	123,7	14,1
1979	1 083,3	469,4	43,3	100,5	9,2	356,0	32,8	157,4	14,7
1980	1 164,2	513,2	44,0	104,1	8,9	373,6	32,0	173,3	15,1
1981	1 334,6	600,7	45,0	124,7	9,3	434,8	32,5	174,7	13,2
1982	1 199,0	481,8	40,1	93,3	7,7	357,8	29,8	266,1	22,4
1983	1 380,5	664,7	48,1	131,5	9,5	480,2	34,7	103,9	7,7

TABLEAU V

INDUSTRIE DE L'AMEUBLEMENT DE MAISON

EVOLUTION DU NOMBRE D'ENTREPRISES

SELON LES PROVINCES CANADIENNES

1970 A 1983

ANNEE	CANADA	VAR. %	QUEBEC	VAR. %	QUEBEC/ CANADA	ONTARIO	VAR. %	ONTARIO/ CANADA	QUE. + ONT./ CANADA	AUTRES PROVINCES	AUTRES PROV./ CANADA
1970	712		297		41,7	267		37,5	79,2	148	20,8
1971	681	- 4,3	289	- 2,6	42,4	255	- 4,4	37,4	79,8	137	20,2
1972	667	- 2,0	283	- 2,0	42,4	249	- 2,3	37,3	79,7	135	20,3
1973	655	- 1,7	285	-	43,5	242	- 2,8	36,9	80,4	128	19,6
1974	721	+10,0	302	+ 5,9	41,8	283	+16,9	39,2	81,0	136	19,0
1975	708	- 1,8	291	- 3,6	41,1	281	-	39,6	80,7	136	19,3
1976	653	- 7,7	262	- 9,9	40,1	268	- 4,6	41,0	81,1	123	18,9
1977	639	- 2,1	257	- 1,9	40,2	259	- 3,3	40,5	80,7	123	19,3
1978	779	+21,9	320	+24,5	41,0	308	+18,9	39,7	80,7	151	19,3
1979	844	+ 8,3	343	+ 7,1	40,6	341	+10,7	40,4	81,0	160	19,0
1980	901	+ 6,7	393	+14,5	43,6	343	-	38,0	81,6	165	18,4
1981	912	+ 1,2	419	+ 6,6	45,9	323	- 5,8	35,4	81,3	170	18,7
1982	826	- 9,4	386	- 7,8	46,7	285	-11,7	34,5	81,2	155	18,8
1983	867	+ 4,9	401	+ 3,8	46,2	310	+ 8,7	35,7	81,9	156	18,1

Source: Statistique Canada, catalogue 35-211, 35-203, 35-216, 1970 à 1981.
Voir Tableau XII.
Direction générale de l'industrie, Estimations (avril 1984), 1982-1983.

TABLEAU VI

INDUSTRIE QUEBECOISE DE L'AMEUBLEMENT DE MAISON

REPARTITION GEOGRAPHIQUE DES ENTREPRISES PAR GROUPE DE TAILLE/MAIN D'OEUVRE

1981

Régions: / Nombre moyen d'employés	Bas St-Laurent Gaspésie 01	Saguenay Lac St-Jean 02	Québec 03	Trois-Rivières 04	Estrie 05	Montréal 06	Outaouais 07	Nord-ouest 08	Côte Nord 09	Total
0 - 4		5	28	23	9	97	4	4	2	172
5 - 9	1	3	8	12	1	36			1	62
10 - 19			9	14		33	1			57
20 - 49	2		15	6	2	37	3			65
50 - 99			5	6	1	22				34
100 - 199			6	7	1	11				25
200 - 499			1	2			1			4
500 et +										
Total	3	8	72	70	14	236	9	4	3	419
%/QUEBEC	Moins de 1%	2%	17,1%	16,7%	3,3%	56,3%	2,1%	Moins de 1%	Moins de 1%	100

Source: Bureau de la Statistique du Québec, avril 1984.

TABLEAU VII

INDUSTRIE DE L'AMEUBLEMENT DE MAISON

EVOLUTION DU NOMBRE D'EMPLOIS SELON LES PROVINCES CANADIENNES

1970 A 1983

ANNEE	CANADA	VAR. %	QUEBEC	VAR. %	QUE/ CANADA	ONTARIO	VAR. %	ONT/ CANADA	QUE.+ ONT./ CANADA	AUTRES PROVINCES	AUTRES PROVINCES/ CANADA
1970	17 635		7 237		41,0	8 333		47,2	88,2	2 065	11,8
1971	18 561	+ 5,2	7 940	+ 9,7	42,7	8 619	+ 3,4	46,4	89,1	2 002	10,9
1972	21 233	+14,3	8 781	+ 9,9	41,3	10 255	+18,9	48,2	89,5	2 197	10,5
1973	22 728	+ 7,0	9 832	+12,6	43,2	10 570	+ 3,0	46,5	89,7	2 326	10,3
1974	23 771	+ 4,5	9 975	+ 1,4	41,9	11 214	+ 6,0	47,1	89,0	2 582	11,0
1975	23 133	- 2,6	9 409	- 5,6	40,6	10 883	- 3,2	47,0	87,6	2 841	12,3
1976	22 633	- 2,1	9 390	-	41,4	10 656	- 1,6	47,0	88,4	2 587	11,6
1977	20 363	-10,0	8 015	-14,6	39,3	9 891		48,5	87,8	2 727	12,2
1978	21 793	+ 7,0	9 050	+12,9	41,5	10 369	+ 4,8	47,5	89,0	2 374	11,0
1979	24 003	+10,1	10 046	+11,0	41,8	11 340	+ 9,3	47,2	89,0	2 617	11,0
1980	22 802	- 5,0	8 818	-12,2	38,6	11 269	-	49,4	88,0	2 715	12,0
1981	23 251	+ 1,9	9 061	+ 2,7	38,9	11 435	+ 1,4	49,1	88,0	2 755	12,0
1982	19 136	-17,7	7 402	-17,7	38,9	9 411	-17,7	49,1	88,0	2 268	12,0
1983	23 199	+21,2	8 950	+20,0	38,5	11 415	+21,2	49,2	87,7	2 834	12,3

Source: Statistique Canada, catalogue 35-211, 35-203, 1970 à 1980.
catalogue 35-216, 1981.
Direction générale de l'industrie, Estimations (avril 1984), 1982-1983.

TABLEAU VIII

INDUSTRIE DE L'AMEUBLEMENT DE MAISON

EVOLUTION DE LA VALEUR DES LIVRAISONS CANADIENNES

DE PROPRE FABRICATION DE MEUBLES EN BOIS SELON LES PROVINCES

1970 A 1983

(000 000 $)

ANNEE	CANADA	ONTARIO	ONTARIO/ CANADA	QUEBEC	QUEBEC/ CANADA	AUTRES PROVINCES	AUTRES PROV./ CANADA
1970	148,1	56,3	38,0	81,9	55,3	9,8	6,7
1971	167,4	64,6	38,5	92,7	55,3	10,0	6,2
1972	204,8	80,4	39,2	111,6	54,4	12,7	6,4
1973	242,6	94,8	39,0	132,6	54,6	15,1	6,4
1974	302,9	116,6	38,4	165,2	54,5	21,0	7,1
1975	276,7	105,6	38,1	146,5	52,9	24,5	9,0
1976	304,5	115,0	37,7	163,2	53,5	26,2	8,8
1977	304,8	110,1	36,1	163,0	53,4	31,7	10,5
1978	379,1	140,8	37,1	200,2	52,8	38,0	10,1
1979	469,4	172,9	36,8	251,3	53,5	45,1	9,7
1980	513,2	191,1	37,2	261,0	50,8	61,0	12,0
1981	600,7	221,7	36,9	305,1	50,7	73,8	12,4
1982	481,8	177,3	36,7	241,5	50,1	63,0	13,2
1983	664,7	258,8	38,9	375,3	56,5	30,6	4,6

Source: Statistique Canada, Recensement annuel des manufactures: 1970 à 1981.
Association des fabricants de meubles du Québec, Stat Service, Québec-Canada, 1982-1983.
Direction générale de l'industrie, Estimations (avril 84), Ontario - Autres provinces 1982-1983.

TABLEAU IX

INDUSTRIE DE L'AMEUBLEMENT DE MAISON

EVOLUTION DE LA VALEUR DES LIVRAISONS CANADIENNES

DE PROPRE FABRICATION DE MEUBLES REMBOURRES

SELON LES PROVINCES

1970 A 1983

(000 000 $)

ANNEE	CANADA	ONTARIO	ONTARIO/ CANADA	QUEBEC	QUEBEC/ CANADA	AUTRES PROVINCES	AUTRES PROVINCES/ CANADA
1970	119,0	65,6	55,1	37,1	31,1	16,3	13,8
1971	135,8	75,0	55,2	42,9	31,5	17,9	13,3
1972	173,7	93,7	53,9	58,6	33,6	21,4	12,5
1973	222,1	120,5	54,2	70,7	31,8	30,9	14,0
1974	257,9	137,7	53,3	80,8	31,3	39,4	15,4
1975	246,3	132,3	53,7	76,1	30,8	37,9	15,5
1976	273,9	145,5	53,1	85,8	31,3	42,6	15,6
1977	272,1	150,5	55,3	78,2	28,7	43,4	16,0
1978	299,0	174,7	58,4	80,9	27,0	43,4	15,6
1979	356,0	214,8	60,3	86,0	24,1	55,2	15,6
1980	373,6	233,6	62,5	80,5	21,5	59,5	16,0
1981	434,8	286,8	65,9	91,7	21,0	56,3	12,9
1982	357,8	229,4	64,1	73,1	20,4	55,3	15,5
1983	480,2	330,6	68,8	112,7	23,4	36,9	7,8

Source: Statistique Canada, Recensement annuel des manufactures: 1970 à 1981.
Association des fabricants de meubles du Québec, Stat Service, Québec-Canada, 1982-1983.
Direction générale de l'industrie, Estimations (avril 84), Ontario - Autres provinces, 1982-1983.

TABLEAU X

INDUSTRIE DE L'AMEUBLEMENT DE MAISON

EVOLUTION DE LA VALEUR DES LIVRAISONS CANADIENNES

DE PROPRE FABRICATION DE MEUBLES EN METAL SELON LES PROVINCES

1970 A 1983

(000 000 $)

ANNEE	CANADA	ONTARIO	ONTARIO/ CANADA	QUEBEC	QUEBEC/ CANADA	AUTRES PROVINCES	AUTRES PROVINCES/ CANADA
1970	36,5	18,7	51,2	12,2	33,4	5,6	13,4
1971	41,4	23,6	57,0	12,2	29,4	5,5	13,6
1972	55,5	32,8	59,0	16,2	29,1	6,5	12,0
1973	64,9	39,4	60,7	18,2	28,0	7,3	11,3
1974	76,0	49,5	65,1	18,4	24,2	8,1	10,7
1975	71,4	45,5	63,7	17,4	24,3	8,5	12,0
1976	76,4	47,4	61,7	22,9	29,8	6,4	8,5
1977	85,0	51,8	64,3	21,6	26,8	7,1	8,9
1978	95,8	53,8	62,7	24,4	28,4	7,6	8,9
1979	100,5	62,1	61,7	30,2	30,0	8,2	8,3
1980	104,1	67,8	65,1	29,6	28,4	6,7	6,5
1981	124,7	80,0	64,1	38,5	30,8	6,2	5,1
1982	93,3	56,0	60,0	24,4	26,1	12,9	13,9
1983	131,5	82,5	62,7	44,0	33,4	15,6	11,8

Source: Statistique Canada, Recensement annuel des manufactures: 1970 à 1981.
Association des fabricants de meubles du Québec, Stat Service, Québec-Canada, 1982-1983.
Direction générale de l'industrie, Estimations (avril 84), Ontario - Autres provinces, 1982-1983.

TABLEAU XI

INDUSTRIE DE L'AMEUBLEMENT DE MAISON

EVOLUTION DE LA VALEUR DES LIVRAISONS CANADIENNES

DE PROPRE FABRICATION SELON LES PROVINCES

1970 A 1983

(000 000 $)

ANNEE	CANADA	VAR. %	QUEBEC	VAR. %	QUE/ CANADA	ONTARIO	VAR. %	ONT/ CANADA	QUE + ONT CANADA	AUTRES PROVINCES	AUTRES PROVINCES/ CANADA
1970	340,9		137,5		40,4	163,0		47,8	88,2	40,4	11,8
1971	387,5	+13,6	163,0	+18,5	42,0	183,2	+14,2	47,2	89,2	41,3	10,8
1972	492,5	+27,0	202,8	+24,4	41,1	240,4	+31,2	48,8	89,9	49,3	10,1
1973	591,0	+19,9	243,5	+20,0	41,2	285,1	+18,5	48,2	90,0	62,3	10,0
1974	711,4	+20,3	292,9	+20,2	41,1	340,5	+19,4	47,8	88,9	78,0	11,1
1975	695,4	-2,2	275,4	-5,9	39,5	333,0	-3,9	47,8	87,3	87,0	12,7
1976	770,1	+10,7	310,4	+12,7	40,3	375,1	+12,6	48,7	89,0	84,6	11,0
1977	759,4	-1,3	296,0	-4,6	38,9	371,6	-1,0	48,9	87,8	91,8	12,2
1978	887,6	+16,8	350,4	+18,3	39,4	437,3	+17,6	49,2	88,6	99,9	11,4
1979	1 083,3	+22,0	423,4	+20,8	39,0	537,0	+22,7	49,5	88,5	122,9	11,5
1980	1 164,2	+7,4	423,0	-	36,3	596,5	+11,0	51,2	87,4	144,7	12,6
1981	1 334,6	+14,6	495,7	+17,1	37,1	678,0	+13,6	50,8	87,9	160,9	12,1
1982	1 199,0	-10,1	415,3	-16,1	34,6	593,5	-12,4	49,4	84,0	190,2	16,0
1983	1 380,5	+15,1	498,0	+19,9	36,0	698,1	+17,6	50,5	86,5	184,4	13,5

Source: Statistique Canada, catalogue 35-211, 35-203, 1970 à 1980, catalogue 35-216, 1981, catalogue 35-001, 1982.
Association des fabricants de meubles du Québec, Stat Service, 1983.

TABLEAU XII

INDUSTRIE DU MEUBLE ET DES ARTICLES D'AMEUBLEMENT

NOMBRE DE FAILLITES

QUEBEC, ONTARIO, CANADA

1979 A 1982

ANNEE	1979	1980	1981	1982
Meubles de maison				
Québec	21	16	8	33
Ontario	12	7	15	38
Canada	45	29	32	86
Meubles de bureau				
Québec	2	0	0	4
Ontario	0	1	1	0
Canada	2	1	1	5
Articles d'ameublement divers				
Québec	3	2	2	8
Ontario	5	4	5	3
Canada	9	7	8	12
Lampes électriques et abat-jour				
Québec	0	1	0	0
Ontario	0	0	0	0
Canada	1	1	0	0
TOTAL: Industrie du meuble				
Québec	26	19	10	45
Ontario	17	12	21	41
Canada	57	38	41	103

Source: Consommation Corporations Canada, faillites.

TABLEAU XIII

INDUSTRIE DE L'AMEUBLEMENT DE MAISON

PREMIERES DESTINATIONS DES EXPEDITIONS DES MANUFACTURIERS EXPORTATEURS DU QUEBEC

1974 A 1980

DESTINATION	1974 $ 000	1975 $ 000	1976 $ 000	1977 $ 000	1978 $ 000	1979** $ 000	1980** $ 000
Québec	97 705	97 250	119 570	117 071	129 110	168 796	146 825
Reste du Canada	144 499	120 245	138 569	134 352	146 426	199 312	171 870
- Prov. Atlantiques	19 177	17 793	20 961	24 017	25 516	27 441	24 077
- Ontario	80 881	71 717	80 800	68 927	77 718	102 023	88 905
- Prov. de l'Ouest et Territoires	44 441	30 735	36 808	41 408	43 192	69 848	58 888
TOTAL: CANADIEN	242 204	217 495	208 139	251 423	275 536	368 108	318 695
Etats-Unis	x	x	x	4 862	10 573	11 584	17 292
Marché commun *	x	x	x	x	x	x	x
Reste de l'Europe	-	-	-	x	x	x	x
Autres pays	854	310	258	x	x	x	x
TOTAL: ETRANGER	8 322	6 878	7 139	4 890	10 716	12 634	17 431
TOTAL: GENERAL	250 526	224 373	265 278	256 313	286 252	380 742	336 126

* Le marché commun comprend toute l'Europe, de 1974 à 1976.
** Données provisoires.
Source: Bureau de la Statistique du Québec, Destination des expéditions des manufacturiers exportateurs du Québec, 1974-1978.

TABLEAU XIV

EVOLUTION DES IMPORTATIONS CANADIENNES DE BOIS DURS EN MILLE PIEDS MESURE PLANCHE

1975 A 1982

	1975	1976	1977	1978	1979	1980	1981	1982
Chêne (total)	60 818	126 902	108 201	124 279	142 641	140 808	130 746	97 115
des Etats-Unis	60 806	126 902	108 150	124 234	142 950	140 709	130 665	97 115
Frêne (total)	6 240	9 985	6 485	19 283	15 611	12 545	12 146	8 982
des Etats-Unis	6 240	9 985	6 485	19 283	15 601	12 545	12 146	8 982
Noyer (total)	2 413	2 287	1 900	2 051	2 320	2 541	2 060	1 780
des Etats-Unis	2 405	2 243	1 722	2 051	2 302	2 541	2 060	1 780
Acajou (total)	4 403	4 648	4 571	7 022	6 570	4 614	8 212	3 238
des Etats-Unis	1 036	2 008	1 991	1 913	2 317	2 456	3 157	1 207
du Zaïre	-----	-----	127	-----	334	-----	12	349
des Philippines	797	875	1 418	1 786	2 207	1 212	2 184	703
de Taïwan	1 464	836	278	214	100	41	146	154
du Brésil	539	286	147	246	140	392	1 260	772
Autres feuillus (nda*)	41 090	49 528	40 153	42 759	61 663	52 778	61 725	41 352
des Etats-Unis	41 006	49 498	40 129	42 689	61 571	52 625	61 372	41 204

* Non décrit ailleurs

Source: Statistique Canada, catalogue 65-003.

TABLEAU XV

SALON DU MEUBLE DE MONTREAL

SONDAGE AUPRES DES CONSOMMATEURS

ECHANTILLON

JUIN 1982

QUESTIONS 1 - 3: Information sur l'échantillon

REPONSES:

SEXE	STATUT MARITAL	GROUPE D'AGE			
		(0 - 19)	(20 - 29)	(30 - 39)	(40 et +)
Femmes: 112	Célibataires: 46	5	27	3	11
	Mariées: 66	0	19	18	29
	Pas de réponse: 0	-	-	-	-
Hommes: 107	Célibataires: 45	5	28	7	5
	Mariés: 59	0	10	27	22
	Pas de réponse: 3	1	2	-	-

TOTAL DES REPONDANTS: 219

Source: Association des fabricants de meubles du Québec, Salon du meuble de Montréal, Résultats du sondage auprès des consommateurs, juin 1982, page 1.

TABLEAU XVI

SALON DU MEUBLE DE MONTREAL

CRITERES D'ACHAT DES CONSOMMATEURS

JUIN 1982

UESTION 15: Evaluez par ordre d'importance vos critères d'achat de meubles. ( )

	inférieure		moyenne		supérieure	sans/opinion
	1	2	3	4	5	
Originalité/Design	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Durabilité	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Couleur	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Prix	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Confort	☐	☐	☐	☐	☐	☐

REPONSES:

Moyennes des réponses*

Catégories	Femmes	Séquence	Répondants	Hommes	Séquence	Répondants
Originalité	4.5	(3)	112	4.4	(3)	107
Durabilité	4.8	(2)	112	4.6	(2)	107
Couleur	4.5	(3)	112	4.3	(4)	107
Prix	4.3	(4)	111	3.7	(5)	107
Confort	4.9	(1)	111	4.8	(1)	107

* Basées sur le nombre de répondants par items.

TABLEAU XVII

SALON DU MEUBLE DE TORONTO

SONDAGE AUPRES DES CONSOMMATEURS

ECHANTILLON

JANVIER 1982

QUESTIONS 1 - 3: Sample information breakdown

ANSWERS:

SEX	MARITAL STATUS	AGE GROUPS			
		(0 - 19)	(20 - 29)	(30 - 39)	(40 - +)
Female: 96	Single: 19	2	16	1	-
	Married: 77	-	20	23	34
Male: 96	Single: 39	1	29	5	4
	Married: 57	-	15	24	18

TOTAL RESPONDENTS: 192

Source: Association des fabricants de meubles du Québec, Salon du meuble de Toronto, Résultats du sondage auprès des consommateurs, janvier 1982, page 1.

TABLEAU XVIII

SALON DU MEUBLE DE CALGARY

SONDAGE AUPRES DES CONSOMMATEURS

ECHANTILLON

MAI 1982

QUESTIONS 1 - 3: Sample information breakdown

ANSWERS:

SEX	MARITAL STATUS	AGE GROUPS (0 - 19)	(20 - 29)	(30 - 39)	(40 - +)
Female: 127	Single: 33	2	15	6	10
	Married: 93	-	24	31	38
	No answer: 1	-	-	-	-
Male: 119	Single: 25	2	12	8	3
	Married: 94	-	27	27	40
	No answer: 0	-	-	-	-

TOTAL RESPONDENTS: 246

Source: Association des fabricants de meubles du Québec, Salon du meuble de Calgary, Résultats du sondage auprès des consommateurs, page 1.

TABLEAU XIX
RESULTATS COMPARATIFS DES PREFERENCES DES
CONSOMMATEURS POUR DIVERS STYLES DE MEUBLES
A MONTREAL, TORONTO ET CALGARY
1980 A 1983

COMPARATIVE RESULTS

OF CONSUMER PREFERENCES FOR VARIOUS FURNITURE STYLES IN MONTREAL, TORONTO AND CALGARY.

DEFINITIONS OF STYLE CATEGORIES USED IN THE SURVEY.

RUSTIC: "COUNTRY-TYPE" STYLES, MAINLY OF NORTH AMERICAN ORIGINS, INCLUDING CANADIANA, EARLY AMERICAN AND COLONIAL.

TRADITIONAL: CLASSICAL, DECORATIVE STYLES, MAINLY OF EUROPEAN ORIGINS, SUCH AS FRENCH PROVINCIAL, ITALIAN PROVINCIAL, REGENCY, QUEEN ANNE AND GEORGIAN, AMONG OTHERS.

MODERN: MOST LATE 20TH CENTURY AND CONTEMPORARY DESIGNS, OF INTERNATIONAL ORIGINS, WHICH STRESS SIMPLICITY OF LINE, EFFICIENCY OF ENGINEERING, EARNEST USE OF MATERIALS AND CONCEPTUAL INNOVATION.

RÉSULTATS COMPARATIFS

DES PREFERENCES DES CONSOMMATEURS POUR DIVERS STYLES DE MEUBLES A MONTREAL, TORONTO ET CALGARY.

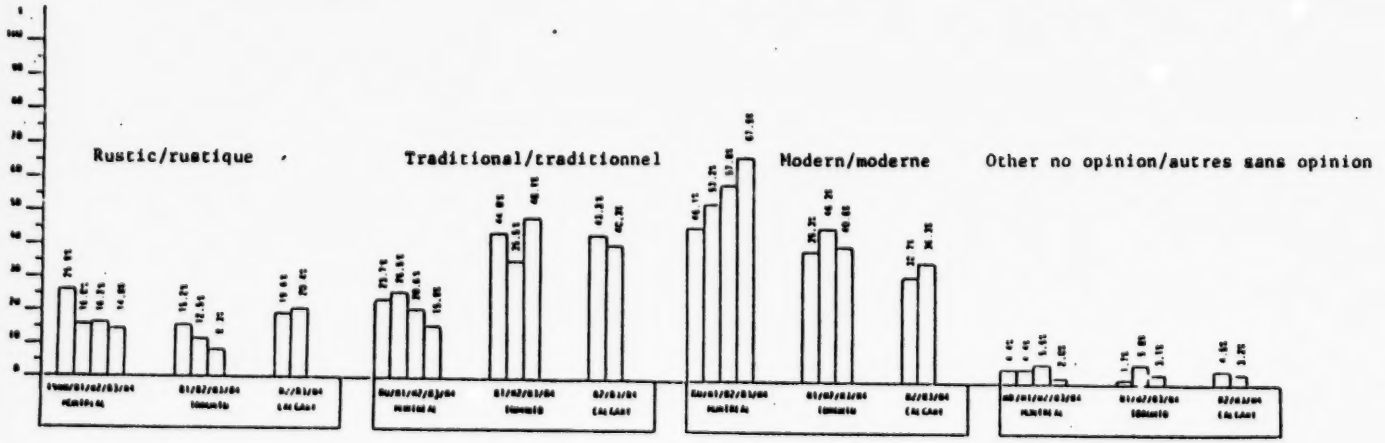
DEFINITIONS DES CATEGORIES DE STYLES UTILISÉES POUR LE SONDAGE.

RUSTIQUE: STYLES CHAMPÊTRES, GÉNÉRALEMENT D'ORIGINES NORD AMÉRICAINES, INCLUANT LE CANADIEN ANCIEN, LE EARLY AMERICAN ET LE COLONIAL.

TRADITIONNEL: STYLES CLASSIQUES ET DÉCORATIFS, PRINCIPALEMENT D'ORIGINES EUROPÉENNES, TELS LE PROVINCIAL FRANÇAIS, LE PROVINCIAL ITALIEN, LE RÉGENCE, LE QUEEN ANNE ET LE GEORGIEN, ENTRE AUTRES.

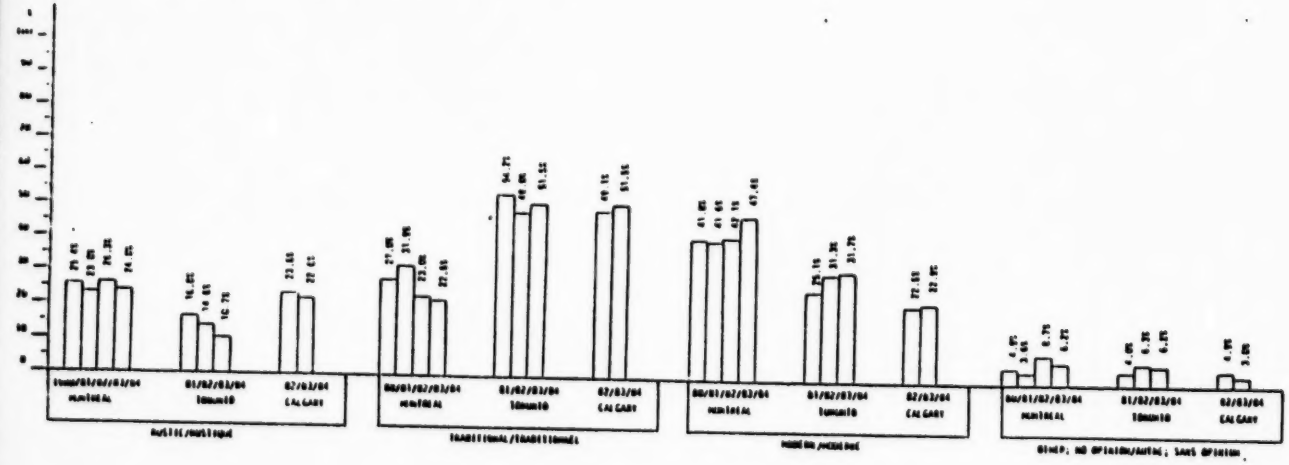
MODERNE: LA PLUPART DES STYLES DU 20E SIÈCLE ET DES DESIGNS CONTEMPORAINS D'ORIGINES INTERNATIONALES QUI METTENT EN EVIDENCE LA SIMPLICITÉ DES LIGNES, L'EFFICACITÉ DE LA FABRICATION, L'USAGE HONNÊTE DES MATÉRIAUX ET L'INNOVATION CONCEPTUELLE.

LIVING ROOM/SALON

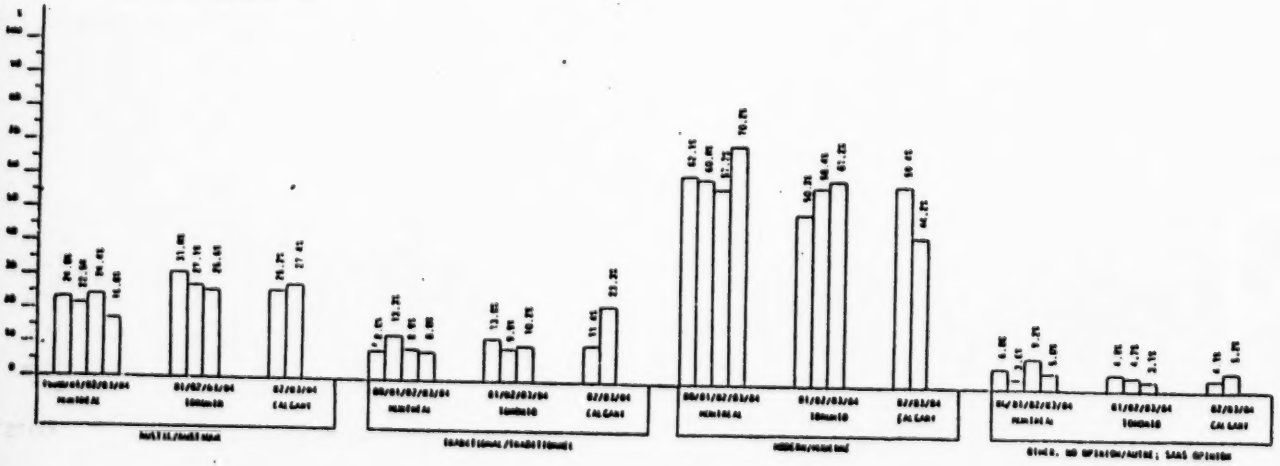


...Suite

Suite DINING ROOM/SALLE À DÎNER



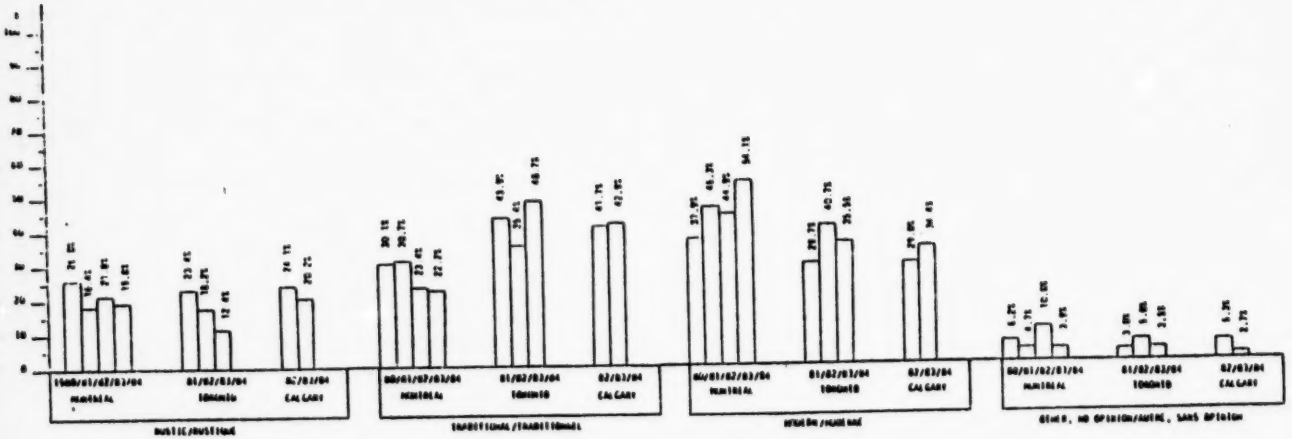
KITCHEN/CUISINE



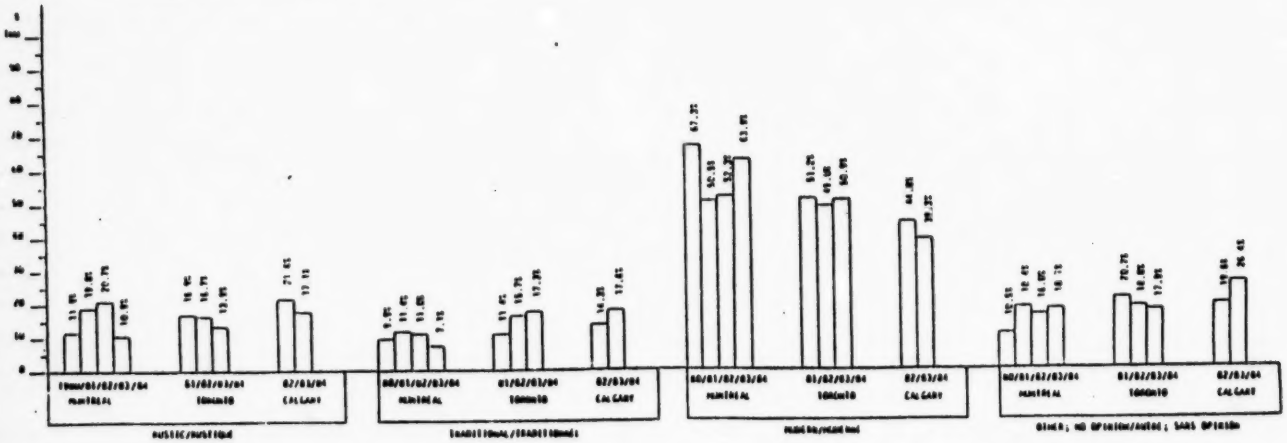
...Suite

..Suite

ADULT BEDROOM/CHAMBRE DES MAÎTRES



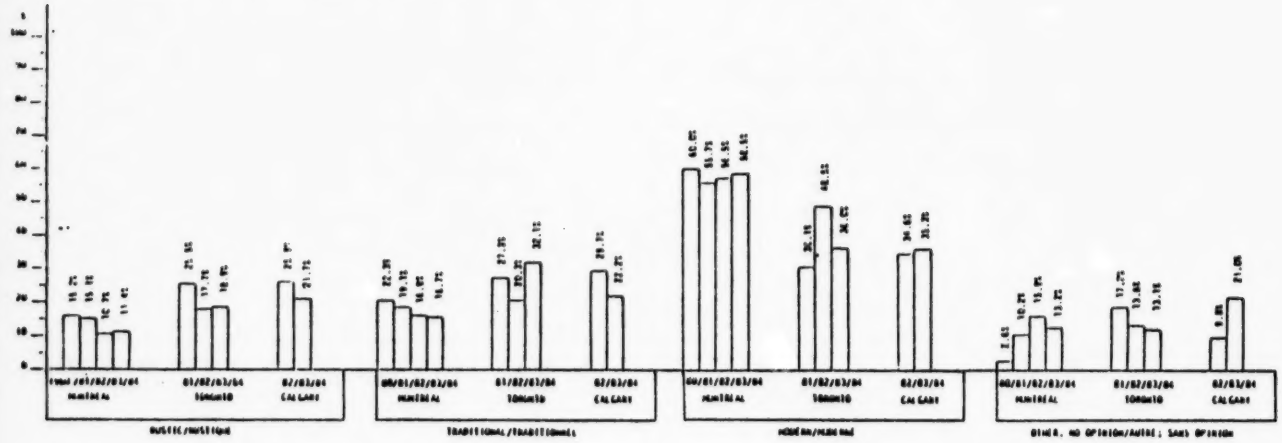
CHILD'S BEDROOM/CHAMBRE D'ENFANT



...Suite

..Suite

DEN-STUDY/BUREAU-ÉTUDE



PLAYROOM/SALLE DE JEUX

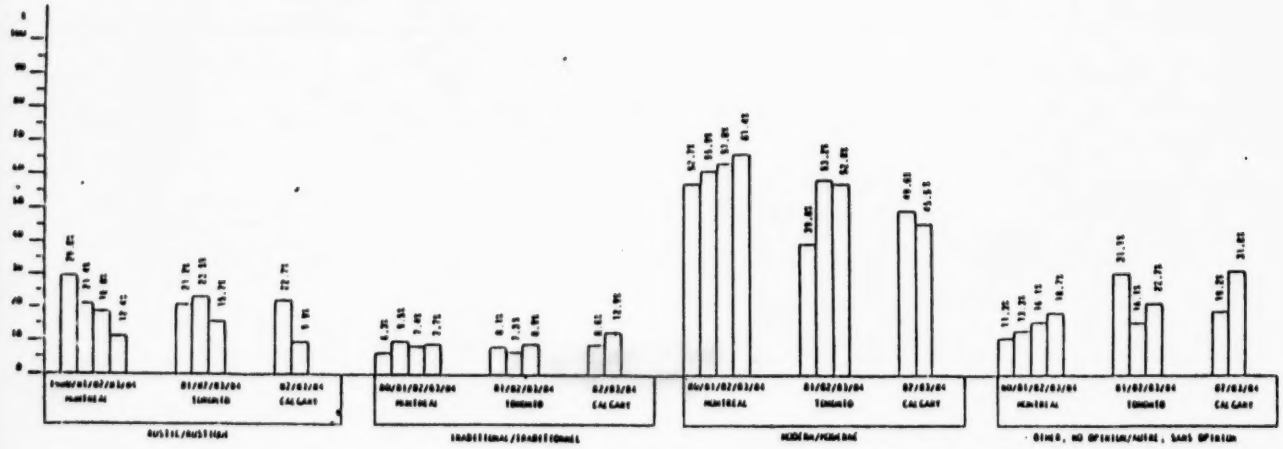


TABLEAU XX

INDUSTRIE DE L'AMEUBLEMENT DE MAISON

EVOLUTION DES IMPORTATIONS CANADIENNES PAR CATEGORIES MAJEURES

1970 A 1980

(000 000 $)

ANNEE	BOIS	VARIATION %	METAL	VARIATION %	REMBOURRES	VARIATION %	D'EXTERIEUR	VARIATION %	AUTRES	VARIATION %	TOTAL	VARIATION %
1970	16,4		2,2		1,6		1,3		2,7		24,2	+ 19,8
1971	20,4	+ 24,3	2,8	+ 27,3	1,8	+ 1,2	1,4		2,6		29,0	+ 60,3
1972	31,7	+ 55,3	3,8	+ 35,7	3,6	+ 100	2,9	+ 107,1	4,5	+ 55	46,5	+ 62,5
1973	48,9	+ 54,2	4,6	+ 21,0	9,1	+ 152	3,3	+ 1,0	9,7	+ 115	75,6	+ 56,0
1974	67,1	+ 37,2	7,1	+ 54,3	14,0	+ 53,8	2,9	- 1,0	26,9	+ 177	118,0	- 7,1
1975	66,3	- 1,1	6,3	- 1,2	13,0	- 1,0	4,0	+ 37,9	20,0	- 25,6	109,6	+ 26,5
1976	75,8	+ 14,3	7,0	+ 1,1	16,3	+ 25,3	5,7	-	33,9	- 15,0	138,4	+ 12,7
1977	87,2	+ 15,0	9,4	+ 34,2	18,2	+ 13,7	6,2	+ 1,0	35,7	- 1,0	156,7	+ 14,1
1978	106,7	+ 22,3	9,7	-	19,4	+ 1,0	6,8	+ 1,0	36,2	-	178,8	+ 10,2
1979	115,4	+ 8,1	9,3	-	17,9	- 1,0	7,7	+ 1,0	46,9	+ 42,4	197,2	- 1,0
1980	107,2	- 7,1	10,3	+ 10,7	14,9	- 16,7	7,8	-	59,2	+ 20	199,4	+ 26,5

Source: Statistique Canada, catalogue 65-007, 65-203
Association des fabricants de meubles du Québec, Statistiques publiées en collaboration avec Statistique Canada, janvier 1984.
Direction générale de l'industrie, Estimations, avril 1984.

TABLEAU XXI

INDUSTRIE DE L'AMEUBLEMENT DE MAISON

EVOLUTION DES IMPORTATIONS CANADIENNES

PAR CATEGORIES MAJEURES

1981 A 1983

(000 000 $)

ANNEE	BOIS	VARIATION %	METAL	VARIATION %	REMBOURRES	VARIATION %	D'EXTERIEUR	VARIATION %	AUTRES	VARIATION %	TOTAL	VARIATION %
1981	139,0	+ 29,6	13,5	+ 31,0	23,8	+ 59,7	12,1	+ 55,1	64,0	+ 8,1	252,4	+ 26,5
1982	86,2	- 52,8	9,0	- 33,3	18,0	- 24,3	12,1	-	43,8	- 31,5	169,1	- 33,0
1983	108,1	+ 25,4	9,5	+ 5,5	23,5	+ 30,5	22,0	+ 81,8	53,0	+ 21,0	214,6	+ 26,9

Source: Statistique Canada, catalogue 65-007, 65-203.
Association des fabricants de meubles du Québec, Statistiques publiées en collaboration avec Statistique Canada, janvier 1984.
Direction générale de l'industrie, Estimations, avril 1984.

Croissance moyenne: 19,6%.

TABLEAU XXII

INDUSTRIE DE L'AMEUBLEMENT DE MAISON

EVOLUTION DES IMPORTATIONS CANADIENNES EN PROVENANCE DES ETATS-UNIS

PAR CATEGORIES MAJEURES

1970 A 1980

(000 000 $)

ANNEE	BOIS	METAL	REMBOURRES	D'EXTERIEUR	AUTRES	TOTAL
1970	9,4	1,6	0,9	0,3	1,5	13,7
1971	11,7	2,1	0,9	0,4	1,4	16,5
1972	17,6	2,5	1,6	0,5	2,5	24,7
1973	27,8	3,2	4,3	1,0	6,0	42,6
1974	41,3	5,2	7,6	1,0	15,6	70,7
1975	43,2	5,1	8,4	1,3	12,9	70,9
1976	50,7	4,9	10,8	1,8	22,3	90,5
1977	56,0	6,5	13,1	2,1	23,5	101,2
1978	66,7	6,7	13,5	2,6	22,9	112,4
1979	70,3	6,5	12,1	3,0	26,2	118,1
1980	63,7	7,1	10,3	2,8	34,0	117,9

Source: Statistique Canada, catalogue 65-007, 65-203.

TABLEAU XXIII

INDUSTRIE DE L'AMEUBLEMENT DE MAISON

IMPORTATIONS CANADIENNES PAR PRINCIPAUX PAYS D'ORIGINE

SELON LES CATEGORIES MAJEURES

1983

(000 000 $)

PAYS	BOIS	METAL	REMBOURRES	D'EXTERIEUR	AUTRES	TOTAL	RANG
ETATS-UNIS	51,6	4,6	14,1	3,3	26,0	99,6	1
TAIWAN	13,6	0,8	0,5	6,7	1,6	23,2	2
ITALIE	7,2	2,0	4,2	0,3	0,3	15,6	3
DANEMARK	8,8	0,2	1,2	0,4	0,3	10,9	4
SUEDE	4,0	0,6	0,8	0,2	0,04	5,6	5
SINGAPOUR	3,5	0	0,2	0,02	0,02	3,7	6
YOUGOSLAVIE	3,5	0,04	0,3	2,4	0	3,6	7
FRANCE	0,5	0,04	0,3	2,4	0	3,3	8
PHILIPPINES	0,8	0	0	0	2,4	3,2	9
HONG KONG	1,4	0,02	0,03	0,2	1,6	3,2	10
ALL. OUEST	1,8	0,2	0,4	0,1	0,4	2,9	11
ROUMANIE	2,2	0	0	0,5	0,1	2,8	12
JAPON	1,8	0,2	0	0,2	0	2,2	13

Source: Statistique Canada, catalogue 65-007, 65-203.

TABLEAU XXIV

INDUSTRIE DE L'AMEUBLEMENT DE MAISON

EVOLUTION DES IMPORTATIONS CANADIENNES PAR PROVINCE

DE DEDOUANEMENT ET PRINCIPAL PAYS D'ORIGINE

1976 A 1980

($)

	1976		1977		1978		1979		1980	
	Etats-Unis	Total	Etats-Unis	Total	Etats-Unis	Total	Etats-Unis	Total	Etats-Unis	Total
TERRE-NEUVE	100 477	112 768	241 963	254 553	259 632	268 199	127 058	137 889	109 837	123 538
NOUVELLE-ECOSSE	432 397	1 127 942	403 665	949 536	299 611	958 487	307 633	1 201 850	260 316	2 577 805
ILE DU P.-EDOUARD	25 863	31 363	20 540	20 662	4 297	4 628	15 320	21 282	-	-
NOUVEAU-BRUNSWICK	820 794	919 989	901 085	917 150	733 217	778 496	675 496	812 861	429 606	505 217
QUEBEC	14 688 081	25 507 752	12 515 372	25 970 905	13 875 248	27 090 097	16 087 540	31 649 705	14 276 849	28 536 269
ONTARIO	31 813 842	56 110 198	34 588 301	55 828 982	41 017 972	69 962 644	42 667 611	72 038 609	39 584 992	68 438 604
MANITOBA	4 955 174	5 369 095	5 862 813	6 221 340	5 242 787	5 999 740	5 030 212	5 726 468	4 070 616	4 574 616
SASKATCHEWAN	2 148 241	2 209 702	3 357 678	3 467 993	4 096 241	4 230 769	4 310 369	4 450 847	3 192 279	3 279 747
ALBERTA	10 635 200	12 005 185	14 418 777	16 350 169	15 371 614	20 646 712	15 853 908	22 900 231	15 321 481	19 719 328
COLOMBIE BRIT.	17 795 932	22 150 737	17 655 488	27 172 101	17 958 296	28 427 156	19 092 213	33 866 620	21 981 066	39 356 542
YUKON	-	2 157	19 306	20 249	23 150	23 202	-	813	3 099	3 099
TOTAL	80 416 001	121 546 888	89 984 889	137 173 640	98 882 065	158 390 130	104 167 360	172 807 175	114 306 749	167 114 765

Source: Statistique Canada, données non publiées, basées sur les rapports de douanes. Il importe de souligner que les données sur les importations totales présentent une légère variation par rapport au tableau XX Ameublement de maison - Evolution des importations canadiennes par catégories majeures, parce qu'elles ne tiennent pas compte de toutes les catégories.

TABLEAU XXV

INDUSTRIE DE L'AMEUBLEMENT DE MAISON

EVOLUTION DES IMPORTATIONS CANADIENNES PAR PROVINCE DE DEDOUANEMENT

ET PRINCIPAL PAYS D'ORIGINE PAR CATEGORIES MAJEURES

1976

($)

	BOIS		METAL		REMBOURRES		AUTRES		TOTAL	
	Etats-Unis	Total	Etats-Unis	Total	Etats-Unis	Total	Etats-Unis	Total	Etats-Unis	Total
TERRE-NEUVE	79 152	80 818	1 018	5 616	-	388	20 307	25 954	100 477	112 768
NOUVELLE-ECOSSE	344 288	699 306	35 462	36 674	11 640	78 107	41 007	313 855	432 397	1 127 942
ILE DU P.-EDOUARD	20 560	23 063	-	-	5 303	5 303	-	2 997	25 863	31 363
NOUVEAU-BRUNSWICK	548 493	584 711	85 246	85 246	138 863	194 899	48 192	55 133	820 794	919 989
QUEBEC	9 949 958	16 087 429	840 574	2 121 539	1 600 616	3 162 815	2 296 933	4 135 969	14 688 081	25 507 752
ONTARIO	20 763 885	33 187 620	2 703 019	3 190 208	2 831 062	5 189 695	5 515 576	10 543 675	31 813 842	56 110 198
MANITOBA	3 528 958	3 852 221	156 118	160 621	1 030 789	1 062 436	233 309	293 817	4 955 174	5 369 095
SASKATCHEWAN	1 361 336	1 390 108	51 106	51 106	315 972	331 578	419 827	436 910	2 148 241	2 209 702
ALBERTA	6 931 577	7 905 511	437 217	461 997	1 414 951	1 658 705	1 851 455	1 978 972	10 635 200	12 005 185
COLOMBIE BRIT.	7 246 455	12 009 382	596 319	894 390	3 503 796	4 640 361	3 449 362	4 606 604	14 795 932	22 150 737
YUKON	-	2 157	-	-	-	-	-	-	-	2 157
TOTAL	50 774 662	75 821 318	4 906 079	7 007 397	10 852 992	16 324 287	13 881 968	22 393 886	80 416 001	121 546 888

Source: Statistique Canada, données non publiées, basées sur les rapports de douanes.

TABLEAU XXVI

INDUSTRIE DE L'AMEUBLEMENT DE MAISON

EVOLUTION DES IMPORTATIONS CANADIENNES PAR PROVINCE DE DEDOUANEMENT

ET PRINCIPAL PAYS D'ORIGINE PAR CATEGORIES MAJEURES

1977

($)

	BOIS		METAL		REMBOURRES		AUTRES		TOTAL	
	Etats-Unis	Total	Etats-Unis	Total	Etats-Unis	Total	Etats-Unis	Total	Etats-Unis	Total
TERRE-NEUVE	121 535	130 360	25 233	25 795	3 267	4 018	91 928	94 380	241 963	254 553
NOUVELLE-ECOSSE	293 952	434 576	8 922	10 293	47 431	80 705	53 360	423 962	403 665	949 536
ILE DU P.-EDOUARD	20 540	20 540	-	-	-	-	-	122	20 540	20 662
NOUVEAU-BRUNSWICK	626 492	634 871	40 150	40 150	125 962	128 461	108 491	113 668	901 095	917 150
QUEBEC	8 151 928	16 758 622	967 838	2 518 254	1 470 416	2 694 685	1 925 190	3 999 344	12 515 372	25 970 905
ONTARIO	23 119 460	37 846 730	3 598 043	4 457 500	3 684 266	5 901 667	4 186 532	7 623 085	34 588 301	55 828 982
MANITOBA	4 416 196	4 662 814	147 734	150 192	1 180 219	1 224 547	118 664	183 787	5 862 813	6 221 340
SASKATCHEWAN	1 824 657	1 868 580	23 632	25 092	332 138	339 310	1 177 251	1 235 011	3 357 678	3 467 993
ALBERTA	8 401 794	9 696 087	600 704	626 234	2 425 835	2 677 788	2 990 444	3 350 060	14 418 777	16 350 169
COLOMBIE BRIT.	9 048 123	15 235 899	1 122 183	1 516 590	3 875 069	5 172 564	3 610 113	5 247 048	17 655 488	27 172 101
YUKON	-	943	442	442	18 864	18 864	-	-	19 306	20 249
TOTAL	56 024 677	87 290 022	6 534 881	9 370 542	13 163 467	18 282 609	14 261 973	22 270 467	89 984 998	137 173 640

Source: Statistique Canada, données non publiées, basées sur les rapports de douanes.

TABLEAU XXVII

INDUSTRIE DE L'AMEUBLEMENT DE MAISON

EVOLUTION DES IMPORTATIONS CANADIENNES PAR PROVINCE DE DEDOUANEMENT

ET PRINCIPAL PAYS D'ORIGINE PAR CATEGORIES MAJEURES

1978

($)

	BOIS		METAL		REMBOURRES		AUTRES		TOTAL	
	Etats-Unis	Total	Etats-Unis	Total	Etats-Unis	Total	Etats-Unis	Total	Etats-Unis	Total
TERRE-NEUVE	159 388	167 336	25 248	25 248	17 772	17 772	57 224	57 843	259 632	268 199
NOUVELLE-ECOSSE	220 531	439 463	3 916	3 916	54 346	105 868	20 818	409 240	299 611	958 487
ILE DU P.-EDOUARD	4 215	4 455	82	82	-	-	-	91	4 297	4 628
NOUVEAU-BRUNSWICK	547 752	551 633	35 906	52 686	75 074	75 891	74 485	98 286	733 217	778 496
QUEBEC	8 609 001	16 833 385	1 217 525	2 262 583	1 718 453	3 097 815	2 330 269	4 896 314	13 875 248	27 090 097
ONTARIO	29 805 960	49 220 522	3 798 921	5 222 169	4 270 798	7 177 491	3 142 293	8 342 462	41 017 972	69 962 644
MANITOBA	3 986 902	4 558 608	229 913	303 965	821 146	902 871	134 826	234 296	5 242 787	5 999 740
SASKATCHEWAN	2 302 521	2 392 631	6 397	6 397	361 544	309 006	1 425 779	1 425 735	4 096 241	4 530 769
ALBERTA	11 323 282	15 274 412	591 964	657 977	2 505 502	3 127 311	950 866	1 587 012	15 371 614	20 646 712
COLOMBIE BRIT.	9 752 227	17 291 719	776 253	1 253 556	3 669 273	4 575 851	3 760 543	5 306 030	17 958 296	28 427 156
YUKON	8 479	8 531	353	353	11 398	11 398	2 920	2 920	23 150	23 202
TOTAL	66 720 258	106 742 695	6 756 478	9 788 932	13 505 306	19 461 274	11 900 023	22 397 229	98 882 065	158 390 130

Source: Statistique Canada, données non publiées, basées sur les rapports de douanes.

TABLEAU XXVIII

INDUSTRIE DE L'AMEUBLEMENT DE MAISON

EVOLUTION DES IMPORTATIONS CANADIENNES PAR PROVINCE DE DEDOUANEMENT

ET PRINCIPAL PAYS D'ORIGINE PAR CATEGORIES MAJEURES

1979

($)

	BOIS		METAL		REMBOURRES		AUTRES		TOTAL	
	Etats-Unis	Total	Etats-Unis	Total	Etats-Unis	Total	Etats-Unis	Total	Etats-Unis	Total
TERRE-NEUVE	102 566	108 598	146	3 910	-	-	24 346	25 381	127 058	137 889
NOUVELLE-ECOSSE	217 807	752 045	20 049	165 225	38 947	39 742	30 830	244 838	307 633	1 201 850
ILE DU P.-EDOUARD	12 272	12 272	2 998	2 998	-	4 636	50	1 376	15 320	21 282
NOUVEAU-BRUNSWICK	555 456	628 013	21 470	21 470	28 664	28 664	69 906	134 714	675 496	812 861
QUEBEC	9 270 227	16 770 584	1 060 706	2 274 141	1 967 382	2 930 768	3 789 225	9 674 212	16 087 540	31 649 705
ONTARIO	31 054 004	51 734 049	3 888 519	4 825 771	3 714 207	6 521 032	4 010 881	8 957 757	42 667 611	72 038 609
MANITOBA	3 979 251	4 441 797	165 831	175 252	715 984	800 845	169 146	308 574	5 030 212	5 726 468
SASKATCHEWAN	2 671 609	2 785 766	11 145	12 336	291 315	293 367	1 336 300	1 359 378	4 310 369	4 450 847
ALBERTA	10 955 821	16 351 953	442 613	572 565	2 026 211	2 777 774	2 429 263	3 197 939	15 853 908	22 900 231
COLOMBIE BRIT.	11 573 553	21 870 753	899 297	1 329 087	3 340 604	4 515 201	3 278 859	6 151 579	19 092 213	33 866 620
YUKON	-	813	-	-	-	-	-	-	-	813
TOTAL	70 392 566	115 456 643	6 512 774	9 382 755	12 123 214	17 912 029	15 138 806	30 055 748	104 167 360	172 807 175

Source: Statistique Canada, données non publiées, basées sur les rapports de douanes.

TABLEAU XXIX

INDUSTRIE DE L'AMEUBLEMENT DE MAISON

EVOLUTION DES IMPORTATIONS CANADIENNES PAR PROVINCE DE DEDOUANEMENT

ET PRINCIPAL PAYS D'ORIGINE PAR CATEGORIES MAJEURES

1980

($)

	BOIS		METAL		REMBOURRES		AUTRES		TOTAL	
	Etats-Unis	Total	Etats-Unis	Total	Etats-Unis	Total	Etats-Unis	Total	Etats-Unis	Total
TERRE-NEUVE	45 848	49 579	59	59	8 887	8 887	55 043	65 013	109 837	123 538
NOUVELLE-ECOSSE	166 207	921 872	19 438	194 650	43 009	321 879	31 662	1 139 404	260 316	2 577 805
ILE DU P.-EDOUARD	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
NOUVEAU-BRUNSWICK	330 297	333 507	6 634	14 801	20 582	20 663	72 093	136 246	429 606	505 217
QUEBEC	8 198 391	15 794 865	1 186 448	2 091 648	1 483 919	2 235 490	3 408 091	8 414 266	14 276 849	28 536 269
ONTARIO	27 752 624	47 613 993	4 283 143	5 506 050	3 055 050	4 434 008	4 493 577	10 884 553	39 584 992	68 438 604
MANITOBA	3 225 651	3 606 318	124 180	141 966	576 214	631 857	144 571	194 475	4 070 616	4 574 616
SASKATCHEWAN	1 772 967	1 805 991	52 410	52 410	203 297	211 460	1 163 605	1 209 886	3 192 279	3 279 747
ALBERTA	9 803 898	12 632 082	663 953	816 199	1 886 197	2 587 665	2 967 433	3 683 382	15 321 481	19 719 328
COLOMBIE BRIT.	12 467 648	24 436 576	809 625	1 500 923	3 060 341	4 460 450	5 643 452	8 958 593	21 981 066	39 356 542
YUKON	3 099	3 099	-	-	-	-	-	-	3 099	3 099
TOTAL	63 766 630	107 197 882	7 145 890	10 318 706	10 338 094	14 912 359	17 979 527	34 685 818	114 306 749	167 114 765

Source: Statistique Canada, données non publiées, basées sur les rapports de douanes.

TABLEAU XXX

INDUSTRIE DE L'AMEUBLEMENT DE MAISON

EVOLUTION DES EXPORTATIONS CANADIENNES PAR CATEGORIES MAJEURES

1970 A 1980

(000 000 $)

ANNEE	BOIS	VARIATION	METAL	VARIATION	REMBOURRES	VARIATION	AUTRES	TOTAL	VARIATION
1970	9,3		0,5		2,4		1,2	13,4	
1971	9,9	+ 6 %	0,7	+ 40%	3,5	+ 45,8%	1,3	15,4	+ 19,3%
1972	10,2	+ 3 %	0,8	-	3,4	-	1,6	16,0	-
1973	11,2	+ 10,6%	0,7	-	6,4	+ 88 %	2,1	20,4	+ 27,5%
1974	10,6	- 5,3%	1,5	+ 114%	6,1	- 4 %	3,2	21,4	+ 4 %
1975	8,8	- 16,9%	1,2	+ 20%	5,4	- 11,4%	2,1	17,5	- 18,2%
1976	8,4	- 4,5%	0,8	- 33%	4,2	- 22,2%	3,9	17,3	+ 4 %
1977	10,8	+ 28,5%	0,6	- 8%	4,1	-	2,6	18,1	+ 22,5%
1978	13,1	+ 21,2%	0,9	+ 50%	5,2	+ 26,8%	2,9	22,1	+ 58 %
1979	22,5	+ 71,7%	1,3	+ 44%	7,6	+ 46 %	3,9	35,3	+ 33,5%
1980	32,8	+ 45,7%	1,7	+ 23%	8,2	+ 7,8%	4,2	46,9	
Augmentation moyenne annuelle		+ 18,6%		+ 25%		+ 17,6%			+ 24,3%

Source: Statistique Canada, catalogue 65-202, 65-004.

TABLEAU XXXI

INDUSTRIE DE L'AMEUBLEMENT DE MAISON

EVOLUTION DES EXPORTATIONS CANADIENNES PAR CATEGORIES MAJEURES

1981 A 1983

(000 000 $)

ANNEE	BOIS	VARIATION	METAL	VARIATION	REMBOURRES	VARIATION	AUTRES	VARIATION	TOTAL	VARIATION
1981	38,1	-	3,3	-	11,6	-	7,0	-	60,0	+ 27,9%
1982	38,4	-	3,4	-	16,7	+ 44 %	7,5	+ 7%	66,0	+ 10 %
1983	46,7	+ 21,6%	6,8	+ 100%	23,6	+ 41,3%	9,0	+ 16%	86,1	+ 30,4%

Variation moyenne annuelle: + 16,6%

Source: Statistique Canada, catalogue, 65-202.

TABLEAU XXXII

INDUSTRIE DE L'AMEUBLEMENT DE MAISON

DESTINATION DES EXPORTATIONS CANADIENNES

PAR CATEGORIES MAJEURES

1980

(000 000 $)

PAYS DE DESTINATION	BOIS	%	METAL	%	REMBOURRES	%	AUTRES	TOTAL	%
Etats-Unis	27,6	84	1,5	88,2	7,0	85	3,8	40,0	85,2
France	1,6	5,0	0	0	0,141	1,6	0	1,6	3,4
Arabie Saoudite	0,8	2,3	0,045	2,6	0,038	-	0,007	0,9	1,9
Angleterre	0,6	1,6	0,03	1	0,131	1,3	0,042	0,8	1,7
Australie	0,4	1,3	0,033	1,9	0,066	-	0,006	0,5	1,1
Autres	1,8	5,8	0,120	6,3	1,0	12,1	0,3	3,0	6,7
TOTAL CANADA	32,8		1,7		8,2		4,2	46,9	100

Source: Statistique Canada, catalogue 65-004.

TABLEAU XXXIII

INDUSTRIE DE L'AMEUBLEMENT DE MAISON

DESTINATION DES EXPORTATIONS CANADIENNES

PAR CATEGORIES MAJEURES

1983

(000 000 $)

PAYS DE DESTINATION	BOIS	%	METAL	%	REMBOURRES	%	AUTRES	TOTAL	%
Etats-Unis	41,9	90	6,6	97	22,5	95	7,6	78,6	91,2
Angleterre	1,1	2	-	0	0,6	2	0,2	1,9	2,2
Arabie Saoudite	0,9	1,9	0,06		0,08	-	0,2	1,2	1,3
France	0,7	1	-			-	0,06	0,8	1
Hong Kong	0,5	1	-		0,2	-	-	0,7	Moins de 1%
Autres	1,6	4,1	0,1	2,9	0,3	3	0,9	2,9	3,3
TOTAL CANADA	46,7		6,8		23,6		9,0	86,1	

Source: Statistique Canada, catalogue 65-004.

TABLEAU XXXIV

INDUSTRIE DE L'AMEUBLEMENT DE MAISON

EVOLUTION DES EXPORTATIONS CANADIENNES PAR PROVINCE DE CHARGEMENT

ET PRINCIPAL PAYS DE DESTINATION PAR CATEGORIES MAJEURES

1976 A 1978

($)

PROVINCES CANADIENNES	1976			1977			1978		
	Etats-Unis	Autres	Total	Etats-Unis	Autres	Total	Etats-Unis	Autres	Total
TERRE-NEUVE	-	1 535	1 535	15 870		17 812	-	9 598	9 598
NOUVELLE-ECOSSE	9 559	36 773	46 332	9 355	39 592	48 947	-	29 748	29 748
ILE DU P.-EDOUARD	-	-	-	-	-	-	-	-	-
NOUVEAU-BRUNSWICK	11 889	26 397	38 286	7 738	7 642	15 380	11 085	4 302	15 387
QUEBEC	8 713 739	448 944	9 162 683	8 022 737	972 623	8 995 260	9 913 316	1 132 571	11 045 887
ONTARIO	6 762 810	577 172	7 339 982	7 531 847	522 296	8 054 143	8 904 827	588 455	9 493 282
MANITOBA	32 146	-	32 146	17 349	-	17 349	51 939	9 944	61 883
SASKATCHEWAN	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ALBERTA	3 003	-	3 003	106 429	9 843	116 272	42 730	-	42 730
COLOMBIE-BRIT.	254 088	168 663	422 751	264 843	217 701	482 544	548 674	486 596	1 035 270
TOTAL	15 787 234	1 259 484	17 046 718	15 976 068	1 771 639	17 747 707	19 472 571	2 261 214	21 733 785

Source: Statistique Canada, données non publiées, basées sur les rapports de douanes.

Suite...

...Suite

TABLEAU XXXIV

INDUSTRIE DE L'AMEUBLEMENT DE MAISON

EVOLUTION DES EXPORTATIONS CANADIENNES PAR PROVINCE DE CHARGEMENT

ET PRINCIPAL PAYS DE DESTINATION PAR CATEGORIES MAJEURES

1979 & 1980

($)

PROVINCES CANADIENNES	1979			1980		
	Etats-Unis	Autres	Total	Etats-Unis	Autres	Total
TERRE-NEUVE	8 390	4 129	12 519	3 181	7 581	10 762
NOUVELLE-ECOSSE	-	109 288	109 288	39 239	177 392	216 631
ILE DU P.-EDOUARD	-	2 585	2 585	-	-	-
NOUVEAU-BRUNSWICK	37 874	25 775	63 649	130 987	41 227	172 214
QUEBEC	13 928 692	1 625 626	15 554 318	16 111 822	3 490 735	19 602 557
ONTARIO	15 174 529	1 107 583	16 282 112	19 372 953	2 442 688	21 815 641
MANITOBA	150 384	4 691	155 075	575 947	1 420	577 367
SASKATCHEWAN	6 715	-	6 715	4 868	-	4 868
ALBERTA	101 846	19 286	121 132	374 304	37 364	411 668
COLOMBIE-BRIT.	1 505 799	583 397	2 089 284	2 398 284	621 014	3 019 298
TOTAL	30 914 229	3 483 560	34 396 789	39 011 585	6 819 421	45 831 006

Source: Statistique Canada, données non publiées, basées sur les rapports de douanes.

TABLEAU XXXV

INDUSTRIE DE L'AMEUBLEMENT DE MAISON

EVOLUTION DES EXPORTATIONS CANADIENNES PAR PROVINCE DE CHARGEMENT

ET PRINCIPAL PAYS DE DESTINATION PAR CATEGORIES MAJEURES

1976

($)

PROVINCES CANADIENNES	BOIS		METAL		REMBOURRES		AUTRES		TOTAL	
	Etats-Unis	Autres	Etats-Unis	Autres	Etats-Unis	Autres	Etats-Unis	Autres	Etats-Unis	Autres
TERRE-NEUVE	-	488	-	-	-	393	-	654	-	1 535
NOUVELLE-ECOSSE	9 559	25 624	-	250	-	3 744	-	7 155	9 559	36 773
ILE DU P.-EDOUARD	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
NOUVEAU-BRUNSWICK	8 807	248	-	-	3 082	25 649	-	500	11 889	26 397
QUEBEC	5 696 931	211 351	87 165	13 246	1 097 859	75 468	1 831 784	148 879	8 713 739	448 944
ONTARIO	1 956 973	210 899	659 673	54 821	2 740 464	205 269	1 405 700	106 183	6 762 810	577 172
MANITOBA	16 187	-	4 970	-	10 335	-	654	-	32 146	-
SASKATCHEWAN	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ALBERTA	1 397	-	-	-	-	-	1 606	-	3 003	-
COLOMBIE-BRIT.	171 426	165 699	5 130	-	14 739	-	62 793	2 964	254 088	168 663
SOUS-TOTAL	7 861 280	614 309	756 938	68 317	3 866 479	310 523	3 302 537	266 335	15 787 234	1 259 484
TOTAL	8 475 589		825 255		4 177 002		3 568 872		17 046 718	

Source: Statistique Canada, données non publiées, basées sur les rapports de douanes.

TABLEAU XXXVI

INDUSTRIE DE L'AMEUBLEMENT DE MAISON

EVOLUTION DES EXPORTATIONS CANADIENNES PAR PROVINCE DE CHARGEMENT

ET PRINCIPAL PAYS DE DESTINATION PAR CATEGORIES MAJEURES

1977

($)

PROVINCES CANADIENNES	BOIS		METAL		REMBOURRES		AUTRES		TOTAL	
	Etats-Unis	Autres	Etats-Unis	Autres	Etats-Unis	Autres	Etats-Unis	Autres	Etats-Unis	Autres
TERRE-NEUVE	3 245	-	-	-	-	-	12 625	1 942	15 870	1 924
NOUVELLE-ECOSSE	5 533	14 271	-	1 043	3 882	16 104	-	8 174	9 355	39 592
ILE DU P.-EDOUARD	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
NOUVEAU-BRUNSWICK	5 139	4 542	300	-	2 299	3 100	-	-	7 738	7 642
QUEBEC	6 061 351	710 731	125 233	7 305	1 101 359	164 886	734 694	89 701	8 022 637	972 623
ONTARIO	3 328 925	203 761	385 394	52 935	2 650 885	177 981	1 156 643	87 619	7 531 847	5 222 296
MANITOBA	17 349	-	-	-	-	-	-	-	17 349	-
SASKATCHEWAN	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ALBERTA	102 035	9 843	-	-	843	-	3 551	-	106 429	9 843
COLOMBIE-BRIT.	195 218	195 231	5 185	-	32 083	1 000	32 357	21 470	264 843	217 701
SOUS-TOTAL	9 718 795	1 138 379	516 112	61 283	3 801 291	363 071	1 939 870	208 906	15 976 068	1 771 639
TOTAL	10 857 174		577 395		4 164 362		2 148 776		17 747 707	

Source: Statistique Canada, données non publiées, basées sur les rapports de douanes.

TABLEAU XXXVII

INDUSTRIE DE L'AMEUBLEMENT DE MAISON

EVOLUTION DES EXPORTATIONS CANADIENNES PAR PROVINCE DE CHARGEMENT

ET PRINCIPAL PAYS DE DESTINATION PAR CATEGORIES MAJEURES

1978

($)

PROVINCES CANADIENNES	BOIS		METAL		REMBOURRES		AUTRES		TOTAL	
	Etats-Unis	Autres	Etats-Unis	Autres	Etats-Unis	Autres	Etats-Unis	Autres	Etats-Unis	Autres
TERRE-NEUVE	-	650	-	-	-	1 638	-	7 310	-	9 598
NOUVELLE-ECOSSE	-	18 924	-	2 274	-	8 550	-	-	-	29 748
ILE DU P.-EDOUARD	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
NOUVEAU-BRUNSWICK	6 289	4 302	-	-	2 810	-	1 986	-	11 085	4 302
QUEBEC	7 716 613	502 958	335 391	51 524	1 168 546	356 074	692 766	222 015	9 913 316	1 132 571
ONTARIO	3 715 211	174 226	405 596	38 829	3 326 520	301 180	1 457 500	74 220	8 904 827	588 455
MANITOBA	15 042	9 944	20 285	-	13 982	-	2 630	-	51 939	9 944
SASKATCHEWAN	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ALBERTA	40 895	-	405	-	1 430	-	-	-	42 730	-
COLOMBIE-BRIT.	476 038	465 824	7 200	713	51 637	6 583	13 799	13 476	548 674	486 596
SOUS-TOTAL	11 970 088	1 176 828	768 877	93 340	4 564 925	674 025	2 168 681	317 021	19 472 571	2 261 214
TOTAL	13 146 916		862 217		5 238 950		2 485 702		21 733 785	

Source: Statistique Canada, données non publiées, basées sur les rapports de douanes.

TABLEAU XXXVIII

INDUSTRIE DE L'AMEUBLEMENT DE MAISON

EVOLUTION DES EXPORTATIONS CANADIENNES PAR PROVINCE DE CHARGEMENT

ET PRINCIPAL PAYS DE DESTINATION PAR CATEGORIES MAJEURES

1979

($)

PROVINCES CANADIENNES	BOIS		METAL		REMBOURRES		AUTRES		TOTAL	
	Etats-Unis	Autres	Etats-Unis	Autres	Etats-Unis	Autres	Etats-Unis	Autres	Etats-Unis	Autres
TERRE-NEUVE	-	3 794	-	-	-	535	8 390	-	8 390	4 129
NOUVELLE-ECOSSE	-	98 123	-	-	-	2 580	-	8 585	-	109 288
ILE DU P.-EDOUARD	-	-	-	-	-	2 585	-	-	-	2 585
NOUVEAU-BRUNSWICK	13 846	14 557	-	-	4 342	8 730	19 686	2 488	37 874	25 775
QUEBEC	10 968 886	969 565	275 770	19 515	1 789 588	416 960	894 448	219 586	13 928 692	1 625 626
ONTARIO	7 977 238	404 092	864 139	51 303	4 910 334	418 662	1 422 818	233 526	15 174 529	1 107 583
MANITOBA	129 546	4 691	4 200	-	11 992	-	4 646	-	150 384	4 691
SASKATCHEWAN	4 200	-	-	-	2 515	-	-	-	6 715	-
ALBERTA	99 263	19 286	-	-	2 583	-	-	-	101 846	19 286
COLOMBIE-BRIT.	1 275 417	531 864	93 083	37 115	20 297	1 818	117 002	12 600	1 505 799	583 397
SOUS-TOTAL	20 468 396	2 045 972	1 237 192	107 933	6 741 651	851 870	2 466 990	476 785	30 914 229	3 482 560
TOTAL	22 514 368		1 345 125		7 593 521		2 943 775		34 396 789	

Source: Statistique Canada, données non publiées, basées sur les rapports de douanes.

TABLEAU XXXIX

INDUSTRIE DE L'AMEUBLEMENT DE MAISON

EVOLUTION DES EXPORTATIONS CANADIENNES PAR PROVINCE DE CHARGEMENT

ET PRINCIPAL PAYS DE DESTINATION PAR CATEGORIES MAJEURES

1980

($)

PROVINCES CANADIENNES	BOIS		METAL		REMBOURRES		AUTRES		TOTAL	
	Etats-Unis	Autres	Etats-Unis	Autres	Etats-Unis	Autres	Etats-Unis	Autres	Etats-Unis	Autres
TERRE-NEUVE	-	4 649	-	-	-	2 932	3 181	-	3 181	7 581
NOUVELLE-ECOSSE	9 632	132 649	-	6 944	29 607	37 799	-	-	39 239	177 392
ILE DU P.-EDOUARD	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
NOUVEAU-BRUNSWICK	74 163	2 634	-	31 463	47 950	5 211	8 874	1 919	130 987	41 227
QUEBEC	12 460 939	2 601 005	517 136	87 947	1 902 285	582 126	1 231 462	219 656	16 111 822	3 490 735
ONTARIO	12 095 208	1 810 152	935 490	23 415	5 020 946	523 046	1 321 309	86 075	19 372 953	2 442 688
MANITOBA	420 130	700	26 638	-	11 613	-	117 566	720	575 947	1 420
SASKATCHEWAN	4 868	-	-	-	2 515	-	-	-	4 868	-
ALBERTA	344 680	37 364	-	-	9 910	-	19 714	-	374 304	37 364
COLOMBIE-BRIT.	2 243 876	601 944	49 429	1 083	66 598	-	38 381	17 987	2 398 284	621 014
SOUS-TOTAL	27 653 496	5 191 097	1 528 693	150 852	7 088 909	1 151 115	2 740 487	326 357	39 011 585	6 819 421
TOTAL	32 844 593		1 679 645		8 240 024		3 066 844		45 831 006	

Source: Statistique Canada, données non publiées, basées sur les rapports de douanes.

TABLEAU XL

EXPORTATIONS DU QUEBEC PAR SECTEURS INDUSTRIELS

A DESTINATION DES PRINCIPALES REGIONS DES ETATS-UNIS

1981

INDUSTRIES	1981				Croissance annuelle moyenne 1975-81			
	NOUVELLE-ANGLETERRE	ATLANTIQUE	CENTRE NORD-EST	TOTAL E.U.	NOUVELLE-ANGLETERRE	ATLANTIQUE	CENTRE NORD-EST	TOTAL E.U.
	(000 000 $)				Variation en %			
Aliments et boissons	114,1	210,6	45,1	419,9	21,5	17,9	18,1	17,5
Tabac	0,7	0,4	0,05	2,4	16,5	- 3,7	-20,1	9,4
Caoutchouc et produits en matière plastique	8,4	17,7	15,1	65,6	32,6	26,5	31,4	34,6
Cuir	10,0	8,4	2,5	26,2	21,6	11,7	5,7	14,5
Textile	9,4	16,9	1,7	47,2	19,6	21,5	12,0	22,1
Bonneterie	0,3	1,4	0,1	2,1	4,9	- 6,8	- 5,5	- 6,1
Vêtement	3,6	36,4	5,0	51,4	14,2	5,2	10,4	6,7
Bois	144,7	124,5	43,9	391,0	23,5	26,7	17,5	23,6
Meubles et articles d'ameublement	5,9	22,4	5,4	60,0	15,7	20,5	20,8	26,2
Papier et produits connexes	293,4	895,7	576,2	2 203,2	23,1	17,4	15,2	18,4
Imprimerie, édition et industries connexes	44,3	29,5	1,8	80,1	10,9	34,2	16,3	17,4
Industrie métallique primaire	80,4	967,6	359,8	1 591,1	25,7	23,7	16,9	21,9
Industrie des produits métalliques	61,0	56,5	36,4	203,1	24,7	11,6	17,4	15,8
Industrie de la machinerie	42,7	69,5	44,3	358,7	15,1	13,2	20,5	21,2
Industrie du matériel de transport	151,2	237,6	1 124,9	2 219,7	16,6	31,4	15,4	18,8
Appareils et matériel électriques	175,9	88,6	30,3	478,5	62,0	17,2	28,1	31,8
Produits minéraux non métalliques	39,7	49,2	10,9	117,4	21,7	24,1	2,5	19,0
Industrie du pétrole et du charbon	13,5	56,0	0,5	113,4	-7,3	7,7	7,1	11,9
Industrie chimique et produits connexes	53,5	135,5	44,4	353,3	26,7	22,0	28,9	28,3
Industries manufacturières diverses	37,1	53,3	11,1	162,0	25,8	19,4	13,5	22,3
TOTAL	1 289,9	3 077,7	2 359,4	8 946,3	22,7	20,1	16,0	20,1

Source: Analyse de l'évolution des exportations du Québec vers les Etats-Unis, 1975-1981, DEREI, D.G.R.P., M.I.C.T., mars 1983.

TABLEAU XLI

TARIF DOUANIER DE LA NATION LA PLUS FAVORISEE

S'APPLIQUANT AUX EXPORTATIONS DE MEUBLES VERS LES ETATS-UNIS

1983 A 1987

NUMERO TARIFAIRE	DESCRIPTION DES PRODUITS	1983 %	1984 %	1985 %	1986 %	1987 %
727.02	Meubles: d'hôpital pour médecins pour chirurgiens pour vétérinaires pour dentistes pour coiffeurs et chaises du même genre avec système d'élévation mécanique, avec mouvement rotatif ou inclinable et les composantes de ces meubles	4,7	4,5	4,3	4,1	3,9
727.04	Autres	6,9	6,5	6,1	5,7	5,3
727.06	Meubles pour véhicules - moteurs Composantes de meubles pour véhicules - moteurs	3,6	3,4	3,3	3,2	3,1

Source: United States Code, Congressionnal and Administrative news, 96 th Congress - First Session 1979, 44 F.R. 72 348, Proclamation to Carry out the Geneva (197 protocol to the General Agreement on tariffs and trade and for other purpose.

Suite...

...Suite

TABLEAU XLI

TARIF DOUANIER DE LA NATION LA PLUS FAVORISEE

S'APPLIQUANT AUX EXPORTATIONS DE MEUBLES VERS LES ETATS-UNIS

1983 A 1987

NUMERO TARIFAIRE	DESCRIPTION DES PRODUITS	1983 %	1984 %	1985 %	1986 %	1987 %
	Meubles et composantes de meubles en fibres végétales non filées:					
727.11	- de rotin	14,9	14,9	14,9	14,9	14,9
727.12	- d'un autre matériau que le rotin	14,9	14,9	14,9	14,9	14,9
727.15	Meubles en bois					
	- courbé et composantes de meubles en bois courbé	9,6	8,8	8,1	7,3	6,6
	- chaises pliantes:					
727.23	chaises de direction	6,9	6,5	6,1	5,7	5,3
727.25	autres	6,9	6,5	6,1	5,7	5,3
	- autres chaises:					
727.27	chaises en teck	6,0	5,3	4,7	4,0	3,4
727.29	autres chaises	6,9	6,5	6,1	5,7	5,3

Suite...

...Suite

TABLEAU XLI

TARIF DOUANIER DE LA NATION LA PLUS FAVORISEE

S'APPLIQUANT AUX EXPORTATIONS DE MEUBLES VERS LES ETATS-UNIS

1983 A 1987

NUMERO TARIFAIRE	DESCRIPTION DES PRODUITS	1983 %	1984 %	1985 %	1986 %	1987 %
727.35	Meubles autres que les chaises: - divans transformables - divants-lits - meubles de même type à double usage	3,8	3,4	3,1	2,8	2,5
727.40	composantes de meubles en bois et sommiers-caisse	7,4	6,9	6,4	5,8	5,3
727.45	Meubles en fibres textiles: (sauf en coton) - sommiers-caisse	12,3	10,9	9,6	8,3	7,0
727.47	Meubles en caoutchouc ou en plastique: - plastique laminé ou renforcé	10,5	9,4	8,3	7,1	6,0
	- autres meubles en caoutchouc ou plastique	2,4	2,4	2,4	2,4	2,4
727.49	Meubles pour utilisation dans l'aviation civile	aucune douane	aucune douane	aucune douane	aucune douane	aucune douane
727.52	Meubles en cuivre	5,1	4,9	4,7	4,4	4,2
727.55	Meubles autres qu'en cuivre	7,0	6,3	5,5	4,7	4,0
727.82	Matelas et meubles de même nature, couverts ou non, avec ou sans élément chauffant, avec sommier-caisse, rembourrés, en caoutchouc expansible, en mousse, en caoutchouc spongieux ou en plastique	9,0	6,0	6,0	6,0	6,0
727.86	Autres	10,5	9,4	8,3	7,1	6,0

TABLEAU XLII

TARIF DOUANIER CANADIEN QUI S'APPLIQUE A L'IMPORTATION DE MEUBLES EN PROVENANCE DES PAYS INDUSTRIALISES ET DES PAYS EN VOIE DE DEVELOPPEMENT

1983 A 1987

NUMERO	DESCRIPTION DES PRODUITS	1983 %		1984 %		1985 %		1986 %		1987 %	
		NPF	TPG	NPF	TPG	NPF	TPG	NPF	TPG	NPF	TPG
51901-01	Meubles de maison, de bureau, de cabinet ou de magasin et leurs composantes, en bois, en fer ou en toute autre matière. Exclus: les articles de fer forgé, moulés et emboutés en métal, non ouvrés.	17,5	11,5	16,9	11,0	16,3	11,0	15,6	11,0	15,0	11,0
51902-1	Meubles de maison, de bureau, de cabinet ou de magasin et leurs composantes en métal	15,0	10,0	14,4	9,5	13,8	9,5	13,1	9,5	12,5	9,5
51903-1	Meubles métalliques conçus pour le milieu hospitalier	13,8	9,0	12,8	8,5	11,9	8,5	10,9	8,5	10,0	8,5

(1) Le tarif de la nation la plus favorisée s'applique normalement aux exportations qui proviennent des pays exportateurs qui sont parties contractantes du GATT. Le tarif préférentiel généralisé s'applique aux exportations qui proviennent des pays en voie de développement.

Source: Revenu Canada

TABLEAU XLIII

TARIF DOUANIER S'APPLIQUANT AUX EXPORTATIONS DE MEUBLES VERS LES PAYS DE LA CEE

1983 A 1987

NUMERO TARIFAIRE	DESCRIPTION DES PRODUITS	1983 %	1987 %
94.01	Sièges, même transformables en lit (à l'exclusion de ceux du numéro 94.02), et leurs parties:		
	a) Sièges, autres que ceux recouverts de cuir (à l'exclusion de leurs parties, destinés à des aéronefs civils)	Exemption	Exemption
	b) Autres		
	I- spécialement conçus pour aérodynes	5,2	4,4
	II- non dénommés	6,7	5,6
94.02	Mobilier médico-chirurgical tel que: tables d'opération, tables d'examens et similaires, lits à mécanisme pour usage clinique, etc.; fauteuils de dentistes et similaires, avec dispositifs mécaniques d'orientation et d'élévation; parties de ces objets.	6,0	4,9
94.03	Autres meubles et leurs parties:		
	a) Meubles, à l'exclusion de leurs parties, destinés à des aéronefs civils	Exemption	Exemption
	b) Autres	7,1	5,6

Source: "Tarif extérieur de la Communauté économique européenne", Journal officiel des communautés européennes, document L-318.

Suite...

...Suite

TABLEAU XLIII

TARIF DOUANIER S'APPLIQUANT AUX EXPORTATIONS DE MEUBLES VERS LES PAYS DE LA CEE

1983-1987

NUMERO TARIFAIRE	DESCRIPTION DES PRODUITS	1983 %	1987 %
94.04	Sommiers; articles de literie et similaires, comptant des ressorts ou bien rembourrés ou garnis intérieurement de toutes matières, tels que matelas, couvre-pieds et édredons, coussins, poufs, oreillers, etc., y compris ceux en caoutchouc ou en matière plastique artificielle, à l'état spongieux ou cellulaire, recouverts ou non:		
	a) Articles de literie et similaires, en matière plastique artificielle, à l'état spongieux ou cellulaire, recouverts ou non	8,8	6,5
	b) Autres	7,5	5,6

Notes: (1) Ces tarifs ne s'appliqueront à la Grèce qu'à partir de 1985.
(2) Les réductions tarifaires se font normalement par paliers égaux, mais la possibilité existe d'accélérer ou de ralentir le mouvement vers le taux de 1987.
(3) Une taxe à la valeur ajoutée est également perçue à l'entrée de marchandises dans la CEE. Cette taxe varie d'un pays à l'autre:

France:	18.6 %	Royaume-Uni:	15 %
Irlande:	35 %	RFA:	13 %
Pays-Bas:	18 %	Luxembourg:	10 %
Italie:	15 %	Danemark:	22 %
Belgique:	19 %		

TABLEAU XLIV

INDUSTRIE DE L'AMEUBLEMENT DE MAISON

EVOLUTION DE LA CONSOMMATION CANADIENNE APPARENTE

1970 A 1983

(000 000 $)

ANNEE	LIVRAISONS DOMESTIQUES	- EXPORTATIONS	+ IMPORTATIONS	= CONSOMMATION APPARENTE	VARIATIONS
1970	340,9	13,4	24,2	351,7	
1971	387,5	15,4	29,0	401,1	+ 14,0
1972	492,5	16,0	46,5	523,0	+ 30,3
1973	591,0	20,4	75,6	646,2	+ 23,5
1974	711,4	21,4	118,0	808,0	+ 25,0
1975	695,4	17,5	109,6	787,5	- 2,5
1976	770,1	17,3	138,4	891,2	+ 13,1
1977	759,4	18,1	156,7	898,0	-
1978	887,6	22,1	178,8	1 044,3	+ 17,1
1979	1 083,3	35,3	197,2	1 245,2	+ 19,2
1980	1 164,2	46,9	199,4	1 316,7	+ 5,7
1981	1 334,6	60,0	252,4	1 527,0	+ 15,9
1982	1 199,0	66,0	169,1	1 302,1	- 17,2
1983	1 380,5	86,1	214,6	1 509,0	+ 15,8
Augmentation moyenne annuelle: + 11,4 %					

Source: Statistique Canada, catalogue 35-211, 35-216, 65-007, 65-004, 65-203, de 1970 à 1981.
Association des fabricants de meubles du Québec, Statistiques publiées en en collaboration avec Statistique Canada, janvier 1984, 1982-1983.
Association des fabricants de meubles du Québec, Stat Service.
Direction générale de l'industrie, Estimations (avril 1984), 1982-1983.

TABLEAU XLV

INDUSTRIE DE L'AMEUBLEMENT DE MAISON EN BOIS

EVOLUTION DES LIVRAISONS CANADIENNES DE PROPRE FABRICATION

PAR CATEGORIES MAJEURES

1970 A 1983

(000 000 $)

ANNEE	CHAMBRES A COUCHER	SALON	SALLE A DINER	AUTRES	TOTAL
1970	64,6	25,7	22,5	35,2	148,1
1971	76,3	28,6	28,3	34,2	167,4
1972	93,1	36,2	35,5	40,0	204,8
1973	105,9	44,4	49,5	42,8	242,6
1974	126,2	57,0	68,9	50,8	302,9
1975	113,8	54,7	64,2	44,0	276,7
1976	126,9	61,1	70,4	46,1	304,5
1977	131,6	55,6	76,6	41,0	304,8
1978	153,2	79,2	98,3	48,4	379,1
1979	188,2	95,3	125,8	60,1	469,4
1980	190,6	87,6	125,7	109,3	513,2
1981	214,1	106,4	143,1	137,1	600,7
1982	N.D.	N.D.	N.D.	N.D.	481,8
1983	N.D.	N.D.	N.D.	N.D.	664,7

Source: Statistique Canada, catalogue 35-211, 35-216.
Association des fabricants de meubles du Québec,
Stat Service, 1982-1983.

TABLEAU XLVI

INDUSTRIE DE L'AMEUBLEMENT DE MAISON EN METAL

EVOLUTION DES LIVRAISONS CANADIENNES DE PROPRE FABRICATION

PAR CATEGORIES MAJEURES

1970 A 1983

(000 000 $)

ANNEE	SALLE A DINER	POUR ENFANTS	POUR CAMPS, PEL. ET VERANDAS	AUTRES	TOTAL
1970	21,0	0,6	4,4	10,5	36,5
1971	23,0	0,5	5,3	12,6	41,4
1972	27,7	1,9	11,2	40,8	55,5
1973	31,8	2,5	14,1	16,5	64,9
1974	35,8	3,4	14,9	21,9	76,0
1975	32,9	3,9	15,0	19,6	71,4
1976	32,2	6,3	16,3	21,9	76,4
1977	33,3	5,9	19,8	20,2	85,0
1978	34,7	6,0	19,6	25,5	85,8
1979	38,5	10,0	23,5	28,5	100,5
1980	38,6	11,3	22,0	32,2	104,1
1981	42,5	13,1	26,9	42,2	124,7
1982	N.D.	N.D.	N.D.	N.D.	93,3
1983	N.D.	N.D.	N.D.	N.D.	131,7

Source: Statistique Canada, catalogue 35-211, 35-216, 1970 à 1981.
Recensement annuel des manufactures, 1970 à 1981.
Association des fabricants de meubles du Québec,
Stat Service, 1982-1983.

TABLEAU XLVII

INDUSTRIE DE L'AMEUBLEMENT DE MAISON REMBOURRE

EVOLUTION DES LIVRAISONS CANADIENNES DE PROPRE FABRICATION

PAR CATEGORIES MAJEURES

1970 A 1983

(000 000 $)

ANNEE	SALON (ENSEMBLE)	SALON INDIVIDUEL	CHAISES	AUTRES	TOTAL
1970	69,1	10,8	19,6	19,5	119,0
1971	80,0	11,7	24,8	19,3	135,8
1972	112,5	22,0	33,1	6,1	173,7
1973	142,0	31,5	42,6	6,0	222,1
1974	174,7	29,1	48.0	6,1	257,9
1975	162,8	32,2	46,9	4,4	246,3
1976	182,5	34,8	51,5	5,1	273,9
1977	178,8	39,9	48,3	5,1	272,1
1978	199,6	45,5	48,6	5,3	299,0
1979	236,4	57,2	55,9	6,5	356,0
1980	236,2	55,8	53,8	27,8	373,6
1981	278,6	66,6	51,5	38,0	434,8
1982	N.D.	N.D.	N.D.	N.D.	357,8
1983	N.D.	N.D.	N.D.	N.D.	480,2

Source: Statistique Canada, catalogue 35-211, 35-216, 1970 à 1981.
Recensement annuel des manufactures, 1970 à 1981.
Association des fabricants de meubles du Québec,
Stat Service, 1982-1983.

TABLEAU XLVIII

INDUSTRIE DE L'AMEUBLEMENT DE MAISON

EVOLUTION DU NOMBRE D'EMPLOIS PAR ENTREPRISE

QUEBEC - ONTARIO

1970 A 1983

	QUEBEC			ONTARIO		
ANNEE	Nombre d'entreprises	Emplois	Moyenne d'emplois/ entreprise	Nombre d'entreprises	Emplois	Moyenne d'emplois/ entreprise
1970	297	7 237	24,3	267	8 333	31,2
1971	289	7 940	27,4	255	8 619	33,8
1972	283	8 781	31,0	249	10 255	41,1
1973	285	9 832	34,4	242	10 570	43,6
1974	302	9 975	33,0	283	11 214	39,6
1975	291	9 409	32,3	281	10 883	38,7
1976	262	9 390	35,8	268	10 656	39,7
1977	257	8 015	31,1	259	9 891	38,1
1978	320	9 050	28,2	308	10 369	33,6
1979	343	10 046	29,2	341	11 340	33,2
1980	393	8 818	22,4	343	11 269	32,8
1981	419	9 061	21,6	323	11 435	35,4
1982	386	7 457	19,3	285	9 411	33,0
1983	401	8 950	22,3	310	11 415	36,8

Source: Voir Tableaux V et VII.

TABLEAU XLIX

INDUSTRIE DU MEUBLE ET ENSEMBLE DU SECTEUR MANUFACTURIER

REMUNERATION HEBDOMADAIRE MOYENNE

QUEBEC, ONTARIO, CANADA

NOVEMBRE 1982*

	QUEBEC		ONTARIO		CANADA	
	Tous les salariés $	Ouvriers seulement $	Tous les salariés $	Ouvriers seulement $	Tous les salariés $	Ouvriers seulement $
Toute l'industrie du meuble	324,43	299,46	332,40	306,69	326,78	301,92
Meubles de maison seulement	326,02	302,13	306,38	279,90	310,16	287,30
Ensemble du secteur manufacturier	415,67	375,42	437,56	391,43	436,60	395,26

* Données préliminaires.

Source: Statistique Canada, Enquête "Emploi, gains et durée du travail", mensuel 72-002, données pour novembre 1982 obtenues par téléphone.

TABLEAU L

INDUSTRIE DU MEUBLE ET ENSEMBLE DU SECTEUR MANUFACTURIER

TAUX HORAIRE MOYEN ET DUREE HEBDOMADAIRE MOYENNE DE TRAVAIL

OUVRIERS DE L'INDUSTRIE DU MEUBLE

QUEBEC, ONTARIO, CANADA

NOVEMBRE 1982*

	QUEBEC		ONTARIO		CANADA	
	Heures/semaine $		Heures/semaine $		Heures/semaine $	
Toute l'industrie du meuble	7,64	39,2	7,96	38,3	7,84	38,3
Meubles de maison seulement	7,56	39,9	7,32	37,8	7,41	38,5
Ensemble du secteur manufacturier	9,80	38,4	10,32	38,1	10,55	37,6

* Données préliminaires.

Source: Statistique Canada, Enquête "Emploi, gains et durée du travail", mensuel 72-002, données pour novembre 1982 obtenues par téléphone.

TABLEAU LI

INDUSTRIE DU MEUBLE AU QUEBEC

TAUX DE SALAIRE HORAIRE MOYEN PAR REGION POUR LES PROFESSIONS LES PLUS ACHALANDEES

FIN SEPTEMBRE 1981*

	Ensemble du Québec $	Région de Québec $	Région de Trois-Rivières $	Région de l'Estrie $	Région de Montréal $
Soudeur à la chaîne de production	7,44	7,55	7,63	-	7,32
Conducteur de tronçonneuse	7,00	7,15	6,88	5,97	7,24
Conducteur de scie à refendre	6,54	6,34	6,60	5,92	6,68
Conducteur de façonneuse	7,06	7,00	6,88	5,25	7,28
Ouvrier à la raboteuse	6,57	6,63	6,40	5,00	6,69
Conducteur de façonneuse-meubles	7,17	7,26	7,20	5,00	7,34
Ponceur à la machine	6,64	6,73	6,47	5,13	6,91
Assembleur de meubles en métal	7,49	7,27	6,28	-	7,97
Monteur de meuble	6,66	6,26	6,80	5,60	6,90
Ponceur à la main	6,36	6,62	6,39	6,00	6,26
Colleur d'assemblage	6,31	6,20	6,70	5,00	6,30
Tapissier-garnisseur	7,15	6,45	6,35	6,53	7,39
Peintre de surfaces au pistolet	6,69	6,43	6,72	5,57	6,85
Manoeuvre non affecté à la production	6,44	6,29	6,82	6,10	6,46
Emballeur de meubles	6,50	6,95	6,63	5,78	6,22
Manutentionneur de meubles lourds	6,96	6,89	7,18	4,50	6,99

* Taux des hommes seulement, dans des établissements comptant au moins 20 employés; professions où se retrouvent au moins 40 salariés dans l'échantillon au Québec.

SOURCE: Enquête de travail Canada effectuée chaque année à la fin de septembre; compilation des données québécoises au C.R.S.M.T. du ministère du Travail du Québec.

TABLEAU LII

TAUX HORAIRES MOYENS BRUTS ET HEURES HEBDOMADAIRES MOYENNES DE TRAVAIL EMPLOYES A LA PRODUCTION DANS L'INDUSTRIE DU MEUBLE ET L'ENSEMBLE DU SECTEUR MANUFACTURIER

CANADA - ETATS-UNIS

SEPTEMBRE 1982

	TAUX HORAIRES MOYENS AMERICAINS*		HEURES HEBDOMADAIRES MOYENNES AUX E.-U.
	CAN $	U.S. $	
Meubles et accessoires	7,69	6,41 **	37,7
Meubles de maison	7,08	5,90	37,2
- en bois	6,48	5,40	36,6
- rembourrés	7,55	6,29	36,7
- en métal	7,56	6,30	40,0
- matelas et sommiers	7,92	6,60	38,4
Meubles de bureau	8,42	7,02	36,6
Meubles d'édifices publics et accessoires	8,21	6,84	41,4
Fixtures et pièces	9,42	7,85	39,5
Accessoires divers	8,48	7,07	39,2
Ensemble du secteur manufacturier	10,31	8,59	38,9

* Les taux incluent le surtemps mais excluent les bonis, commissions et avantages sociaux.

** En excluant le surtemps: 6,27 $ U.S. (7,52 $ CAN).

Source: U.S. Department of Labor, Bureau of Labor Statistics: Employment and Earnings, décembre 1982, Table C-2, page 70-71.

TABLEAU LIII

TAUX HORAIRES BRUTS MOYENS ET HEURES HEBDOMADAIRES DE TRAVAIL EMPLOYES A LA PRODUCTION DANS L'ENSEMBLE DU SECTEUR MANUFACTURIER DANS QUELQUES ETATS AMERICAINS ET AU CANADA

SEPTEMBRE 1982

	TAUX HORAIRES MOYENS		HEURES HEBDOMADAIRES MOYENNES
	CAN $*	U.S. $	
Arizona	10,57	8,81	38,2
Californie	11,27	9,39	39,0
Colorado	10,33	8,61	39,4
Georgie	8,11	6,76	39,3
Illinois	11,38	9,48	39,1
Maine	8,94	7,45	40,1
Maryland	10,57	8,81	39,1
Massachussets	9,30	7,75	38,7
New Jersey	10,45	8,71	40,0
New York	10,08	8,40	38,6
Caroline du Nord	7,66	6,38	38,0
Ohio	12,23	10,19	40,3
Pennsylvanie	10,39	8,66	37,8
Vermont	8,98	7,48	39,4
Virginie	8,98	7,48	38,7
(Québec)	9,80		

* Un taux de change de 20% est ici utilisé.

Source: U.S. Department of Labor, Bureau of Labor Statistics: Employment and Earnings, décembre 1982, Table C-12, pp. 94 et suivantes.

TABLEAU LIV

SALAIRES MINIMA CANADIENS

(TAUX GENERAUX POUR LES 18 ANS ET PLUS)

		DATE D'ENTREE EN VIGUEUR
Fédéral	3,50 $	81-05-01
Alberta	3,80 $	81-05-01
Colombie-Britannique	3,65 $	80-12-01
Manitoba	4,00 $	82-07-01
Nouveau-Brunswick	3,85 $	82-10-01
Terre-Neuve	3,75 $	83-01-01
Nouvelle-Ecosse	3,75 $	82-10-01
Ontario	3,50 $	81-10-01
Ile-du-Prince-Edouard	3,75 $	82-10-01
Québec	4,00 $	81-10-01
Saskatchewan	4,25 $	82-01-01

Source: Commerce Clearing House Inc., "Canadian Labour Law Reports".

TABLEAU LV

TAUX DE SALAIRE MINIMUM DU GOUVERNEMENT FEDERAL AMERICAIN

ET TAUX MINIMA PREVALANT DANS CERTAINS ETATS AMERICAINS

(TAUX GENERAUX POUR LES 18 ANS ET PLUS)

	TAUX MINIMUM		DATE D'ENTREE EN VIGUEUR
	CAN $	US $	
Gouvernement fédéral	4,02	3,35	81-01-01
Californie	4,02	3,35	81-01-01
Caroline du Nord	3,72	3,10	82-01-01
	4,02	3,35	83-01-01
Connecticut	4,04	3,37	81-01-01
Delaware	2,40	2,00	Non spécifiée
Georgie	1,50	1,25	Non spécifiée
Illinois	2,76	2,30	77-01-01
Maine	4,02	3,35	81-01-01
Massachusetts	4,02	3,35	81-01-01
Michigan	4,02	3,35	81-01-01
Minnesota	4,02	3,35	82-01-01
New Jersey	4,02	3,35	81-01-01
New York	4,02	3,35	81-01-01
Ohio	2,76	2,30	78-01-01
Pennsylvanie	4,02	3,35	81-01-01
Rhode Island	3,72	3,10	81-07-01
Vermont	4,02	3,35	81-01-01
Virginie	3,18	2,65	81-07-01
Virginie de l'Ouest	3,66	3,05	82-01-01

* Un taux de change de 20% est ici utilisé.

Source: CCH, "Labor Law Reports", révision périodique, et Etats-Unis, Département du travail: "Minimum wage and maximum hours", 1981.